92-03712/

Business Service Centres / International Trade Centres

Industry, Science and Technology Canada (ISTC) and International Trade Canada (ITC) have established information centres in regional offices across the country to provide clients with a gateway into the complete range of ISTC and ITC services, information products, programs and expertise in industry and trade matters. For additional information contact any of the offices listed below.

Newfoundland

Atlantic Place
Suite 504, 215 Water Street
P.O. Box 8950
ST. JOHN'S, Newfoundland
A1B 3R9
Tel.: (709) 772-ISTC
Fax: (709) 772-5093

Prince Edward Island

Confederation Court Mall
National Bank Tower
Suite 400, 134 Kent Street
P.O. Box 1115
CHARLOTTETOWN
Prince Edward Island
C1A 7M8
Tel.: (902) 566-7400
Fax: (902) 566-7450

Nova Scotia

Central Guaranty Trust Tower
5th Floor, 1801 Hollis Street
P.O. Box 940, Station M
HALIFAX, Nova Scotia
B3J 2V9
Tel.: (902) 426-ISTC
Fax: (902) 426-2624

New Brunswick

Assumption Place
12th Floor, 770 Main Street
P.O. Box 1210
MONCTON, New Brunswick
E1C 8P9
Tel.: (506) 857-ISTC
Fax: (506) 851-6429

Quebec

Tour de la Bourse
Suite 3800, 800 Place Victoria
P.O. Box 247
MONTREAL, Quebec
H4Z 1E8
Tel.: (514) 283-8185
1-800-361-5367
Fax: (514) 283-3302

Ontario

Dominion Public Building
4th Floor, 1 Front Street West
TORONTO, Ontario
M5J 1A4
Tel.: (416) 973-ISTC
Fax: (416) 973-8714

Manitoba

8th Floor, 330 Portage Avenue
P.O. Box 981
WINNIPEG, Manitoba
R3C 2V2
Tel.: (204) 983-ISTC
Fax: (204) 983-2187

Saskatchewan

S.J. Cohen Building
Suite 401, 119 - 4th Avenue South
SASKATOON, Saskatchewan
S7K 5X2
Tel.: (306) 975-4400
Fax: (306) 975-5334

Alberta

Canada Place
Suite 540, 9700 Jasper Avenue
EDMONTON, Alberta
T5J 4C3
Tel.: (403) 495-ISTC
Fax: (403) 495-4507

Suite 1100, 510 - 5th Street S.W.
CALGARY, Alberta
T2P 3S2
Tel.: (403) 292-4575
Fax: (403) 292-4578

British Columbia

Scotia Tower
Suite 900, 650 West Georgia Street
P.O. Box 11610
VANCOUVER, British Columbia
V6B 5H8
Tel.: (604) 666-0266
Fax: (604) 666-0277

Yukon

Suite 301, 108 Lambert Street
WHITEHORSE, Yukon
Y1A 1Z2
Tel.: (403) 668-4655
Fax: (403) 668-5003

Northwest Territories

Precambrian Building
10th Floor
P.O. Bag 6100
YELLOWKNIFE
Northwest Territories
X1A 2R3
Tel.: (403) 920-8568
Fax: (403) 873-6228

ISTC Headquarters

C.D. Howe Building
1st Floor East, 235 Queen Street
OTTAWA, Ontario
K1A 0H5
Tel.: (613) 952-ISTC
Fax: (613) 957-7942

ITC Headquarters

InfoExport
Lester B. Pearson Building
125 Sussex Drive
OTTAWA, Ontario
K1A 0G2
Tel.: (613) 993-6435
1-800-267-8376
Fax: (613) 996-9709

Publication Inquiries

For individual copies of ISTC or ITC publications, contact your nearest Business Service Centre or International Trade Centre. For more than one copy, please contact

For Industry Profiles:
Communications Branch
Industry, Science and Technology Canada
Room 704D, 235 Queen Street
OTTAWA, Ontario
K1A 0H5
Tel.: (613) 954-4500
Fax: (613) 954-4499

For other ISTC publications:
Communications Branch
Industry, Science and Technology Canada
Room 208D, 235 Queen Street
OTTAWA, Ontario
K1A 0H5
Tel.: (613) 954-5716
Fax: (613) 954-6436

For ITC publications:
InfoExport
Lester B. Pearson Building
125 Sussex Drive
OTTAWA, Ontario
K1A 0G2
Tel.: (613) 993-6435
1-800-267-8376
Fax: (613) 996-9709

Canada

(V.6.92.01)

INDUSTRY PROFILE

1990–1991

APPAREL

FOREWORD

In a rapidly changing global trade environment, the international competitiveness of Canadian industry is the key to growth and prosperity. Promoting improved performance by Canadian firms in the global marketplace is a central element of the mandates of Industry, Science and Technology Canada and International Trade Canada. This Industry Profile is one of a series of papers in which Industry, Science and Technology Canada assesses, in a summary form, the current competitiveness of Canada's industrial sectors, taking into account technological, human resource and other critical factors. Industry, Science and Technology Canada and International Trade Canada assess the most recent changes in access to markets, including the implications of the Canada-U.S. Free Trade Agreement. Industry participants were consulted in the preparation of the profiles.

Ensuring that Canada remains prosperous over the next decade and into the next century is a challenge that affects us all. These profiles are intended to be informative and to serve as a basis for discussion of industrial prospects, strategic directions and the need for new approaches. This 1990–1991 series represents an updating and revision of the series published in 1988–1989. The Government will continue to update the series on a regular basis.

Michael H. Wilson
Minister of Industry, Science and Technology
and Minister for International Trade

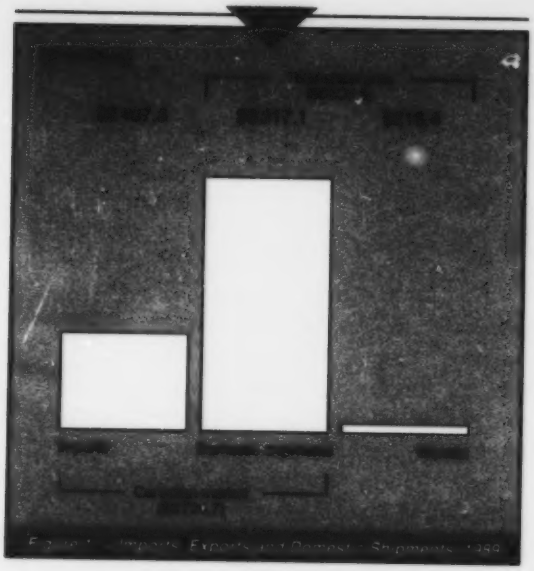
Structure and Performance

Structure

The Canadian apparel industry has a reputation for producing a diversified range of fashionable, high-quality garments, mostly for the medium- to higher-priced retail markets. It also produces functional apparel for industrial and institutional users. The industry's principal products consist of women's, men's and children's wear, leather apparel, furs, foundation garments and a wide range of knitted apparel such as T-shirts, underwear, gloves, sweaters and hosiery. The fur sector is considerably different from the mainstream apparel industry, and its activities are described in a separate industry profile, *Fur Apparel*.

The first and perhaps most crucial step in the production of apparel is its design. The design can lead to either rapid acceptance of the product by consumers or poor sales that force retailers to mark down prices in order to dispose of unwanted inventories. The other major steps in apparel fabrication include material sourcing, pattern making and grading, fabric cutting, sewing and finishing.

From its early beginnings in Canada, most of the industry has been concentrated in Quebec, which accounted for 57 percent of the total estimated apparel work force of 112 940 in 1989. Other provinces with a significant industry concentration include Ontario, which accounted for 31 percent of employment in 1989 and Manitoba, which had 6 percent. Manufacturers have chosen to locate primarily in the large urban centres of Montreal, Toronto and Winnipeg to be close to major markets and pools of semiskilled labour. Today, however, upward pressure on hourly wages in many of these areas is causing some firms to consider relocating to rural regions where labour costs may be lower. Apparel production



accounts for 18, 17 and 6 percent of all manufacturing employment in the metropolitan areas of Montreal, Winnipeg and Toronto, respectively. A feature of the Quebec segment is the presence of large contractors (firms that cut and sew garments for others) concentrated in the Eastern Townships. Indications are that the popularity and usage of contractors in other provinces is increasing.

Small enterprises predominate among apparel firms, estimated in 1989 at 2 425 establishments, of which about 650 were contractors. Roughly 88 percent of firms have fewer than 100 employees, but they provide only about half the jobs and value of shipments. About 76 percent of the total apparel work force are women and an estimated 45 percent are immigrants. About 40 percent of workers have union affiliation. Employment within the major subsectors is distributed as follows: women's wear, 39 000; men's wear, 39 000; children's wear, 7 400; foundation garments and knitting mill products, 14 000; and other apparel, such as occupational clothing, sleepwear, loungewear, swimwear and underwear, 15 900. In addition to employment reported in published data, there are an estimated 15 000 people working in their homes who are not included in official labour statistics, but who are occupied on a part-time basis making apparel.

Shipments of apparel produced in Canada were estimated at $6 535.5 million in 1989, almost all of which was for domestic use (Figure 1). Imports in 1989 were valued at $2 407.6 million and exports were $218.4 million. More than three-quarters of all imports came from low-cost countries, while more than four-fifths of Canadian exports went to the United States.

There is little upstream integration in the industry. Virtually all firms purchase yarns and fabrics from textile mills. Apparel manufacturers are important customers of the Canadian textile industry, using about 35 percent of its output, measured in weight.

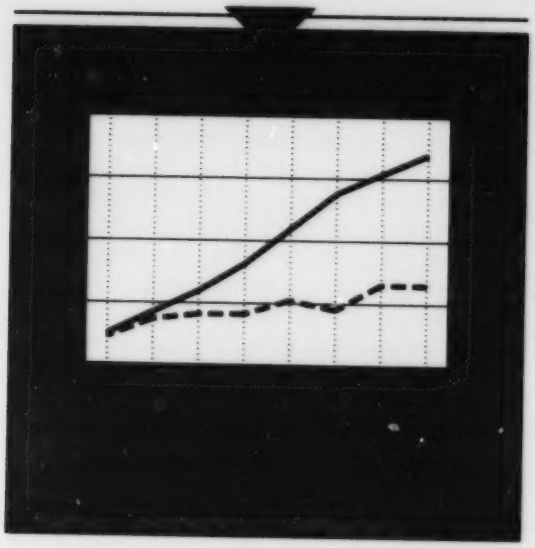
Ownership is predominantly Canadian, with foreign-owned companies accounting for less than 2 percent of the total number of firms. Although there have been some take-overs of Canadian firms over the years, most of the foreign-owned firms are part of multinational enterprises that have established their own production facilities in Canada to overcome high tariff barriers and serve the particular requirements of the Canadian market. These firms tend to concentrate on standardized large-volume products, such as jeans, foundation garments and underwear. Foreign-owned firms account for about 3 percent of total industry shipments. Industry, business and political interests are represented by one national association and 12 regional or product-specific associations throughout Canada.

Performance

The major factors affecting the demand for apparel include population growth, the level of personal disposable income and the aging of the population. Personal disposable income has been increasing in current dollars but the proportion spent on apparel has been fairly stable since the mid-1970s at around 5.5 percent. Since 1980, the overall market in current dollars has increased at a yearly average of about 5 percent. Although the overall market growth is not expected to accelerate over the next decade, anticipated increases in personal disposable income might stimulate discretionary spending on fashion-oriented apparel.

Changing lifestyles and leisure activities have been largely responsible for the increasing influence of fashion on consumer spending decisions. Consumers' awareness of fashion is having a direct impact on apparel manufacturers. Since the early 1980s, apparel firms have been driven more by the demands of the market than by production or operational considerations, as was the case in earlier years. In the early 1970s, the Canadian apparel market was less fashion-conscious than it is today. Price then was a more important factor in the consumer purchasing decision, which, in large part, prompted retailers to source an increasing portion of their inventories from low-cost countries. Although the influence of fashion on consumer purchases is increasing, the price of apparel nonetheless remains an important consideration in the buying process.

Increasing competitive pressure from low-cost imports began to disrupt what once had been stable markets. These imports have increased at rates in excess of Canadian market growth and apparel firms have lost market share.



Over the years, the industry has attempted to adjust. To a great extent, however, the adaptation process has been hampered by the small Canadian market, high trade barriers protecting the markets of other major industrialized nations and a highly labour-intensive manufacturing process. Nonetheless, Canadian manufacturers are continuing their adjustment efforts by investing in new technology, reducing their costs, improving their market position and service to customers and importing directly to complement their own domestic production.

The pattern has repeated itself in other countries. Over the past three decades, the trend in the international apparel trade has been for low-cost countries to increase their share of world exports. These countries have put considerable emphasis on developing apparel industries that are primarily geared to exporting, and the trend is expected to intensify. Using their labour cost advantages, these countries have put increasing competitive pressure on the apparel industries of developed countries. Several newly industrialized countries (NICs), such as Hong Kong, have lately adopted a new strategic direction and have been working diligently at upgrading their products in order to compete with medium- to higher-priced merchandise produced in developed countries.

Import restraints have not stopped the Canadian industry's market share from declining. A growing number of apparel manufacturers are reducing the production of uneconomical lines and, in order to maintain their profitability as well as meet their customers' diverse needs, are importing an increasingly significant portion of their product mix. It is estimated that 25 percent of apparel imports are now accounted for by domestic manufacturers. This trend is expected to continue.

Since the early 1970s, there have been large fluctuations in import levels created by the underfilling of import quotas in one year, followed by steep increases the following year. This situation has been exacerbated by the emergence of new low-cost suppliers not covered by restraint agreements.

Between 1975 and 1988, the Canadian market for apparel (in units)[1] increased by 18 percent. During the same period, the volume of foreign apparel entering Canada grew by 27 percent[2] and increased its share of the market from 35 percent in 1975 to 41 percent in 1988, despite high tariff protection (about 25 percent) and bilateral import restraint arrangements. Canadian manufacturers did not benefit as significantly from the overall market growth during this period; the volume of net domestic shipments rose by only 11 percent (379 million units in 1988, compared with 342 million units in 1975).

Employment in the apparel industry in 1989 was lower by approximately 11 000 workers relative to the 1973 level, stabilizing at between 109 000 and 113 000 since 1986 (Figure 2). From 1976 to 1980, the sector's productivity growth compared very favourably with that of manufacturing as a whole. Despite an overall growth in the industry's productivity between 1976 and 1986, as shown in Table 1,

Average annual growth in value-added per person-hour worked[a] (%)

	1976–1980	1981–1986	1976–1986
Apparel	7.4	0.1	3.4
Textiles	4.1	3.6	3.8
All manufacturing	1.3	2.4	1.8

[a]Includes fur apparel; ISTC estimates based on constant 1981 dollars.

[1]The industry uses units of apparel to evaluate performance, as this is consistent with the measurements used in negotiating import restraint arrangements.

[2]Volume data are available only for items under quantitative restraint. These represent about 75 percent of total industry shipments in value terms. Major product categories outside special import control measures include apparel accessories (e.g., scarves, ties and suspenders), hats and caps, gloves and mittens (other than work gloves), sheer hosiery and pantyhose, leather and fur garments, survival apparel and disposable garments.

the productivity level of the apparel industry is estimated to be 22 percent below that of the manufacturing sector as a whole. The long-term improvement was a consequence of increases in the value of apparel produced and a decline in employment due to rationalization and import competition, as well as direct improvements in production efficiency. In recent years, the apparel industry has definitely lagged in productivity, which may reflect a slower rate of investment in labour-saving technology than in the early 1980s.

Exports have not been a major factor in the industry's overall sales performance. However, over the past few years, there are signs that more firms are taking an interest in promoting exports. While still constituting a small portion of total activity, overall exports, excluding furs and accessories, have grown from 2.2 percent of total industry shipments in 1981 to 3.7 percent in 1987. Among the products exhibiting the best performance record are ladies' designer fashions, winter outerwear, some types of men's fine clothing, children's wear and occupational apparel. Sales to the United States, which absorb about 85 percent of Canada's apparel export shipments, have shown consistent improvement. Canada has shown that it is able to compete successfully in developed countries based on quality, style and price. An estimated 65 percent of apparel exported is fashion-oriented rather than commodity-oriented. Canada's competition in foreign markets is primarily from European producers.

The industry has generally maintained its profitability and long-term debt-to-equity position over the past 10 years. The relatively low ratio in apparel manufacturing (7.1 percent in 1987 compared with 23.2 percent for all manufacturing) is due to its lower capital requirements and reliance on short-term credit. For the same reasons, after-tax profit on capital employed by the industry from 1973 to 1987 has remained higher than that of all manufacturing (12.2 percent compared with 8 percent for all manufacturing in 1987). In 1987, the after-tax profit on total income in the industry was 3.2 percent, compared with 4.4 percent for all manufacturing.

This relatively good profit performance despite the industry's weak productivity and the persistent competitive pressure from low-cost imports is largely attributable to the industry's low capital requirements and labour intensity, the strongly entrepreneurial character of its management and the small size of the average firm. These factors have contributed to the industry's flexibility, allowing it to switch from one style (or product) to another as profitable market opportunities are discovered. As a result of operating in this high-risk environment, manufacturers have become averse to the long-term strategic reinvestment of profits and tend to concentrate on short-term tactical planning.

In 1988, apparel firms invested $48 million (constant 1981 dollars) in buildings, machinery and equipment, down from the record level of $50 million set the previous year. Nevertheless, the 1988 investment level exceeded by 7 percent the average annual investment of the previous four years.

Most manufacturers located in the major apparel-producing regions have not had any significant difficulties in obtaining resources to finance restructuring projects or to acquire new technology. However, a good portion of the financial community has a poor image of apparel manufacturers, which is fostered by the heavy market penetration of low-cost imports and the special measures of protection. Some financial institutions may be hesitant to extend long-term financing to apparel manufacturers because of the low value of the industry's fixed assets relative to those of other manufacturing sectors. To enhance their capitalization, a number of firms have reorganized their financial structures and have become public companies. To date, however, this strategy does not appear to have been very successful; the share offerings have performed poorly on the public exchanges.

Strengths and Weaknesses

Structural Factors

The past two decades have been a period of transition for the apparel industry. It has struggled to become more competitive in the face of steadily increasing pressure from low-cost imports. Its efforts are being hindered by four significant long-term structural weaknesses: market size, comparatively high labour costs, a lack of variety in sources and kinds of materials within Canada, and the large number of relatively small companies. On the other hand, the industry's strengths — namely, its diversified manufacturing base and product range, high product quality, imaginative fashion orientation, flexible and adaptive manufacturing plants and good profitability — have enabled it to maintain a core group of strong and viable manufacturing enterprises.

Economies of scale are an important factor influencing the cost structure of apparel production. The potential for deriving important cost savings through larger-scale operations is limited by the relatively small size of the Canadian market. The small scale and the highly labour-intensive production processes are probably the major weaknesses facing the apparel industry today. Although there are certain scale economies to be gained in the case of standardized products such as pants and shirts, the average size of operations in Canada is considerably smaller than that of apparel industries in developed countries like the United

States and many low-cost suppliers (e.g., the Republic of Korea and Taiwan). However, an important strategic option is slowly gaining in popularity among apparel manufacturers in developed countries, including Canada.

Many firms are adjusting their production to accommodate shorter and more diverse production runs to better serve apparel markets where a quick response to fashion trends and the service needs of retailers has become crucial. Consequently, the market size and production scale disadvantages of Canadian firms are to some extent being offset by their compact size, which allows for greater production flexibility. Although this places additional pressures on production costs, new technology introducing modular or flexible manufacturing systems has the potential to relieve some of this pressure over the long term.

Wages account for 24 percent of shipment value, compared with 12 percent for all manufacturing. Unit labour costs for the apparel industry were about 6 percent higher in Canada than in the United States in 1986, the latest year for which accurate comparable data are available. There are no similar data available for low-cost countries.

Another structural weakness involves access to materials. The industry suffers disadvantages concerning the availability and price of Canadian-made apparel fabrics. Fabrics account for 35 to 45 percent of the industry's value of shipments. Apparel manufacturers cannot rely exclusively on Canadian-made fabrics, because the styles and patterns essential to meet the demands of fashion-conscious consumers are not available from textile firms in a sufficiently broad range. Approximately 50 percent of apparel fabric requirements are imported, with sources almost evenly split between developed and low-cost countries. The high tariffs on imported fabrics and yarns result in increased production costs for Canadian apparel manufacturers. The eventual removal of duties on U.S. apparel fabrics under the Canada-U.S. Free Trade Agreement (FTA) might help to reduce the impact of this problem if manufacturers could locate a wider variety of apparel fabric sources in the United States than in Canada. For the even wider variety of apparel fabrics originating in other countries, the government is addressing the problem of import costs by pledging to reduce textile tariffs to levels more comparable with those of other industrialized countries.

In most countries, apparel is manufactured by a large number of small companies. The Canadian industry does not suffer a serious comparative disadvantage in this regard, except perhaps in the manufacture of some high-volume items, such as pants and shirts. A diversified industry such as Canada's is more responsive to consumer fashion trends than some of the larger, more volume-oriented industries in low-cost countries and in the United States.

Until recently, the industry's management style could be characterized as entrepreneurial. Owners, supported by informally organized executive staffs, performed all the functions required in the day-to-day operations of the business. During the 1960s and 1970s, most firms did not establish and develop specific management functions in the areas of production, marketing and finance. Although this approach is still prevalent among the smaller firms, more and more of the medium-sized and larger operations have recently introduced specialized skills to their management teams to bring a more corporate approach to executive decision making. Despite this trend, many apparel firms suffer from chronic deficiencies in strategic planning, lack a cohesive approach to the adoption of new technologies and are generally reluctant to systematically reinvest profits.

The industry has not stressed improvement in market identification and development. Most management resources have been concentrated in other priority areas, such as cost reduction. In a market that is dominated by a limited number of large department stores and chain stores that are also significant importers, many apparel firms are not sufficiently familiar with the techniques of market development and positioning to be able to maximize their opportunities fully. The marketing strategies of many are confined to selling their products (through their own representatives or independent agents and wholesalers) to retailers at the most advantageous prices they can get.

Trade-Related Factors

Canada's tariff on apparel provides little protection for the industry against low-cost imports. The federal government's trade policy for apparel therefore involves the negotiation of bilateral quantitative restraint agreements with individual low-cost countries under the Multifibre Arrangement (MFA) sponsored by the General Agreement on Tariffs and Trade (GATT). Canada's objective, as well as those of the United States and the European Community (EC) in participating in the MFA since 1974 is to slow the growth of garment imports to give the apparel industry time to adjust to the increasing competition from low-cost countries. Approximately 50 countries, including Canada, are signatories to the MFA, the future of which is under review in the current Uruguay Round of multilateral trade negotiations (MTNs) under the GATT.

Canada's apparel tariff rates also are being negotiated in the Uruguay Round, since apparel tariffs had not been reduced as much as other tariffs in earlier talks. In the previous Tokyo Round of MTNs, for example, Canadian apparel tariffs were reduced by a trade-weighted average of 9.5 percent, those of the United States by 17 percent and those of the EC by 18 percent, whereas the average industrial tariff was

reduced by 33 percent. (Trade-weighted averages in effect in 1987 are shown in Table 2.) The developed countries felt that low-cost suppliers already had a considerable competitive advantage in developed-country markets without adding to that advantage through lower apparel tariffs. Because the MFA and apparel tariffs were virtually untouched in previous rounds, current efforts to negotiate a more liberalized trading structure might well result in both the dismantling of the MFA with improved GATT general safeguard disciplines and the reduction of tariff levels on fabrics and finished apparel.

As for the industry's need to import its material requirements, the implementation of tariff reductions under the FTA should assist apparel firms by giving them better access to the wide selection of fabrics in the United States. In addition, the government has responded to this long-standing problem by reducing the duties on certain types of specialized apparel fabrics. To complement these tariff initiatives, the government introduced three new sector-specific duty remission programs in 1989 for a period of nine years, the full period allowed under the FTA. It also enhanced the tailored-collar shirt program, which had been implemented earlier. The objective of these measures is to encourage the sectors of the apparel industry most adversely affected by import competition to implement effective adjustment strategies.

As well, the government has announced its intention to reduce Canada's fabric tariffs to levels comparable with those of other industrialized countries as a step in widening the variety of fabrics available. The Canadian International Trade Tribunal (CITT) has recently made recommendations to the government on the magnitude and the timing of reductions necessary to honour this commitment. The CITT recommended tariff cuts averaging 26 percent to be staged over a period of up to nine years. It also recommended that these cuts be incorporated into the final Canadian MTN offer to obtain maximum credit for them. In receiving the CITT report, the government reiterated its commitment to introducing these tariff reductions to improve the competitive position of apparel manufacturers. The government has also expressed its intention to ask the CITT to study the costs and benefits of a tariff relief program for partially manufactured Canadian apparel processed abroad and returned to Canada as finished goods and its possible impact on manufacturers and employment.

Under the FTA, tariffs will be eliminated in 10 annual, equal steps beginning 1 January 1989. As a general rule, apparel made from third-country fabrics is not eligible for duty-free treatment under the agreement. However, the agreement allows an exemption to this rule whereby, in any calendar year, Canadian apparel exports to the United States made from third-country non-wool fabric up to 50 million square-yard-equivalents (41.8 million square metres) and from wool fabrics up to six million square-yard-equivalents (five million square metres) will qualify for the FTA tariff treatment. The Canadian duty-free limits or tariff rate quotas (TRQs) on similar apparel imported from the United States are 10.5 million and 1.1 million square-yard-equivalents (8.8 million and 0.9 million square metres), respectively.

Duty drawback provisions for the apparel industry (refund of duties on materials imported to make goods for export) are being continued for an indefinite period under the FTA, if the exported garments are made from third-country fabric and do not qualify for duty-free entry into the United States. For other industrial sectors, duty drawback on goods traded with the United States will be withdrawn within five years of the date of implementation of the FTA. Over the first five years of the implementation period, duty drawback can be claimed in full, whether or not the exported product qualifies for preferential tariff treatment.

In addition, both countries have agreed to move toward harmonizing their regulations in such non-tariff areas as the flammability and labelling of clothing.

The United States offers the most likely export market for most firms. In Europe, the duty-free movement of goods between EC countries, strong competition from European designer labels and the lack of aggressive marketing of private-label manufacturing capability have hindered Canada's apparel trade in this market.

Trade-weighted averages by value, (%)

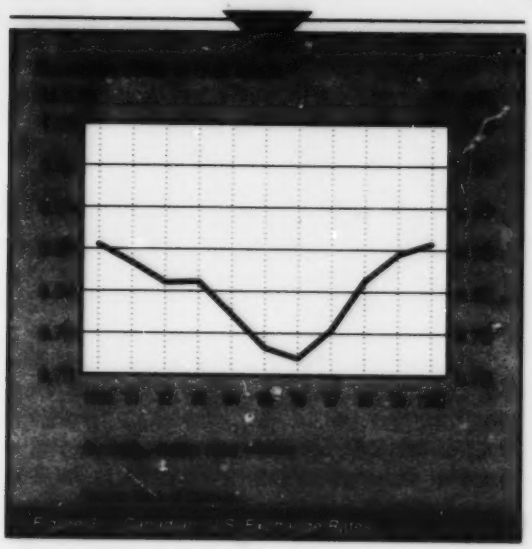
	Apparel	Fabrics
Canada[a]	24.0	21.5
United States	22.5	11.5
European Community	13.5	10.5
Japan	14.0	9.5

[a]The trade-weighted average Canadian tariff on industrial goods is 10 percent.

Source: GATT, *Textiles and Clothing in the World Economy*, 1984.

Technological Factors

Apparel equipment manufacturers are located mainly in Japan, the EC and the United States. They have made major innovations to automate apparel production, shorten the manufacturing cycle and improve flexibility and productivity.



These developments usually involve computer-assisted design (CAD) and computer-assisted manufacturing (CAM). Such advances and the specialized management skills they require are being adopted at the early production stages (design, pattern making and cutting). Some progress has also been made toward the reduction of material handling costs. Automating the sewing process is complex, and consequently has been and is expected to be much slower. It poses major challenges for engineers and technologists in the area of robotics and systems infrastructure, with the result that progress has been restricted to certain high-volume operations.

These innovations were initially designed for larger-scale products and producers. Because of both this and the limited size of the Canadian market for international equipment suppliers, according to industry experts, the pace of adoption in Canada has been slower than the pace in Japan, the United States or the EC. Lately, however, equipment manufacturers have been paying increasing attention to the needs of the smaller firms typical in Canada and elsewhere.

New technology now available can improve the industry's ability to respond more quickly to changing consumer preferences. Dynamic manufacturers are co-operating with retailers to improve their response time by gathering consumer point-of-sale data using computerized bar-coding systems and electronic communications. The constantly updated information improves inventory control and reordering. When these relatively economical systems become fully operational, they will provide manufacturers with important time advantages and cost savings in competing against low-cost imports.

The application of the more complex new technologies to apparel production offers the potential to change the industry gradually into a more capital-intensive one in which developed countries can offset, to a limited extent, the wage advantage enjoyed by low-cost countries. Adoption of new technologies will likely accelerate industry restructuring to achieve greater scale economies. Nonetheless, the process will continue to be highly labour-intensive.

Other Factors

The industry imports about 15 percent of its fabric requirement from the United States, so the strengthening of the Canadian dollar against the U.S. dollar (Figure 3) has made these imports marginally less expensive. To date, currency fluctuations have had little impact on imports of finished apparel, given that most are from low-cost sources. Apparel manufacturers who have succeeded in selling to U.S. markets compete largely on the basis of style and quality.

Price is generally a less important consideration and, so far, currency fluctuations have had little impact on export competitiveness. However, industry has expressed concern about the relatively higher value of the Canadian dollar in recent periods vis-à-vis the U.S. dollar. On the other hand, it is widely recognized that a significantly lower exchange rate weakens the international purchasing power of Canadians and can be inflationary. The resulting higher domestic costs and prices in turn can erode, over time, the short-term competitive gains of such a lower-valued dollar.

In the case of the EC, apparel manufacturers have faced an additional impediment as a consequence of the currency differential. The devaluation of the Canadian dollar relative to European currencies over the past two years has sparked renewed interest by manufacturers in that market.

Apparel manufacturers have not encountered any difficulties in meeting municipal, provincial or federal environmental laws or regulations. Indeed, some firms are developing innovative and environmentally friendly apparel packaging systems using recyclable materials without appreciably increasing their production costs.

Evolving Environment

At the time of writing, the Canadian and U.S. economies were showing signs of recovering from a recessionary period. During the recession, companies in the industry generally experienced reduced demand for their outputs, in addition to longer-term underlying pressures to adjust. In some cases, the cyclical pressures may have accelerated adjustments and restructuring.

With the signs of recovery, though still uneven, the medium-term outlook will correspondingly improve. The overall impact on the industry will depend on the pace of the recovery.

Over the long term, market growth is not expected to accelerate; in fact, weak growth may prevail throughout the next decade. However, rising incomes should generate a higher level of discretionary spending on apparel that is influenced by lifestyles and leisure activities. Changes in demographics and the current weak business climate are causing the industry to reconsider strategic options for the future. It is facing up to the fact that it must improve its domestic market positioning and seriously consider exporting to overcome the size and growth limitations of the Canadian market. The industry is also realizing that it must increase its investment in labour-saving technologies and develop original product lines and marketing techniques if it is to continue to be a viable and thriving sector.

The growth of apparel production in Canada will depend on how successfully manufacturers adapt to the new trading environment that emerges following the current MTNs and under the FTA. It is anticipated that additional competition will come from low-cost imports under the liberalized trading regime involving lower tariffs and the phase-out of MFA restraints, possibly over 10 years if the MTN is successfully concluded. In the FTA context, well-financed U.S. firms with their strong marketing capabilities are expected to create competitive pressures for Canadian manufacturers. The nine-year phase-in period for the FTA should allow Canadian manufacturers sufficient time to implement revised business strategies. Imports of apparel from the United States are not large at present but could increase if Canadian manufacturers, particularly those that concentrate on high-volume products such as shirts or foundation garments, are unable to rationalize their product lines and improve their marketing capabilities.

Although the tariff rate quotas in the FTA could eventually hinder the export efforts of many apparel manufacturers who rely extensively on foreign fabrics to give their products a fashion edge, the FTA significantly improves Canada's access to the U.S. market relative to the current situation. It is estimated that the negotiated tariff quota levels will provide manufacturers with the potential to increase their current level of exports to the United States by a factor of six without incurring Most Favoured Nation (MFN) duties. In addition, scale economies in that market and free access under the FTA to a wide variety of U.S. fabrics and yarns will help producers reduce manufacturing costs. Opportunities for exports are likely to be concentrated in fashion-oriented higher-quality outerwear, ladies' sportswear, co-ordinates, dresses and men's fine clothing.

If manufacturers improve their marketing and especially their restructuring of product lines and production capacity over the nine-year phase-in period of the FTA, there will likely be little change in overall shipments and employment that could be attributed directly to the agreement. Losses of market share among producers of basic items such as jeans or underwear, the loss of licences to manufacture U.S.-designed apparel in Canada and a possible reduction in the scope of Canadian operations by U.S. parent companies will likely be offset by job creation related to new opportunities to export to the United States.

The multilateral reduction of tariffs in the current round of MTNs is not expected to enhance, to any great extent, the export opportunities for the industry. Instead, the industry's efforts to adjust to the FTA will improve its competitiveness in other developed country markets such as the EC. The economic integration of Europe after 1992 will not have much of an impact on the industry's export competitiveness, as the barriers to EC market entry relate more to the high cost of market development. Tariff reductions under GATT could lead to increased import penetration, particularly from Western European countries. As well, multilateral freer trade would reduce the advantages of the FTA for Canadian exporters competing in the United States against third countries. Under multilateral freer trade, imports from low-cost sources would increase somewhat as they become even more price-competitive.

During the early 1990s, the annual growth rate in shipments of Canadian-made apparel for the Canadian market will likely be minimal, while export markets are expected to grow by an average annual rate of 10 percent because of the FTA. Imports, on the other hand, are expected to grow at an average annual rate of about 7 percent. Productivity growth is expected to average 2 percent per year. Over the long term, the number of firms and employment in the industry will probably decline as a consequence of anticipated rationalizations and increases in low-cost imports.

Canada, the United States and Mexico have initiated negotiations aimed at achieving a trilateral free trade agreement. For the apparel industry, the Mexican market is not of significant export interest at the present time. Similarly, apparel imports from Mexico are not very important now. If a three-way agreement were negotiated, the apparel industry would not be able to ignore the interesting potential of the Mexican market, in addition to the very attractive export opportunities available in the United States. On the other hand, there would be a need for considerable adjustment on the part of Canadian firms to increased imports of widely produced apparel from low-wage Mexican plants.

Competitiveness Assessment

The fragmented and entrepreneurial nature of the industry, the high seasonality of its operations and the fact that so much apparel is sold on the Canadian market by the 10 largest retailers have not encouraged the development of strategic business planning, profit reinvestment and strategic market positioning. The implementation of the FTA and the prospects for liberalized trade following a successful completion of the MTNs have provided powerful stimuli for the industry to change its attitudes and strategic approaches.

The apparel industry already competes fairly effectively against imports from developed countries for products in the medium- to higher-priced ranges. The adjustments that will be encouraged by the FTA and trade liberalization following the MTNs can only improve a generally favourable position, despite an increase in the level of competition by foreign garment producers on the Canadian market. It will also enhance access to the United States and other foreign markets and offer domestic producers an opportunity to develop production structures and marketing capabilities that will contribute to the improvement of their competitive position.

Under the current U.S. duty structure, Canadian apparel manufacturers have shown that they can compete in specific segments of the U.S. market. They likely will continue to be competitive with American manufacturers in a wide range of product lines. Canadian manufacturers will have access to apparel fabrics at the same price as U.S. firms when the FTA tariff reductions are fully implemented.

Nonetheless, a large segment of the industry is not now capable of competing against low-cost imports without special measures of protection. Despite the efforts being made by many manufacturers to acquire labour-saving technologies, the industry continues to be fundamentally labour-intensive, as production processes such as sewing are very difficult to automate.

Import penetration and slow market growth have increased pressures on manufacturers to rationalize and restructure. Although their adjustment efforts have been moderately successful, they cannot be expected to offset fully the significant cost advantages working in favour of low-cost countries. These adjustment efforts contribute, however, to expanding the core of apparel companies that can be expected to fare well in an environment of freer global trade.

For further information concerning the subject matter contained in this profile or to obtain any of the studies or reports listed on page 14, contact

Consumer Products Branch
Industry, Science and Technology Canada
Attention: Apparel and Footwear
235 Queen Street
OTTAWA, Ontario
K1A 0H5
Tel.: (613) 954-2891
Fax: (613) 954-3107

PRINCIPAL STATISTICS[a]

	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
Establishments	2 056	2 102	2 193	2 254	2 316	2 152	2 554	2 425[b]
Employment	104 554	107 393	108 197	108 270	110 477	109 004	113 039	112 940[b]
Shipments ($ millions)	4 376.3	4 640.1	4 894.8	5 221.5	5 640.8	6 066.5	6 305.2	6 535.5[b]
Shipments[c] (millions of units)	336.1	338.5	339.7	355.6	381.3	392.9	379.0	N/A
GDP[d] (constant 1981 $ millions)	1 845.4	1 847.5	1 989.6	2 053.5	2 148.3	2 201.5	2 130.5	2 189.9
Investment[e] ($ millions)	23.6	32.6	41.3	36.1	44.7	60.6	55.5	66.5
Profits after tax[f] ($ millions)	70.6	139.4	148.7	157.8	175.0	199.8	N/A	N/A
(% of income)	1.7	3.1	3.0	2.9	3.0	3.2	N/A	N/A

[a]For establishments, employment and shipments, see *Clothing Industries*, Statistics Canada Catalogue No. 34-252, annual (major group 24, clothing industries, excluding SIC 2495, fur goods industry).

[b]ISTC estimates.

[c]Volume data are available only for items under quantitative restraint, which represent about 75 percent of total industry shipments in value terms. Units exclude furs.

[d]See *Gross Domestic Product by Industry*, Statistics Canada Catalogue No. 15-001, monthly, including fur goods industry.

[e]See *Capital and Repair Expenditures, Manufacturing Subindustries, Intentions*, Statistics Canada Catalogue No. 61-214, annual, including fur goods industry.

[f]See *Corporation Financial Statistics*, Statistics Canada Catalogue No. 61-207, annual, including fur goods industry.

N/A: not available

TRADE STATISTICS[a]

	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988[b]	1989[b]
Exports ($ millions)	130.9	122.5	150.3	169.5	181.6	227.0	226.4	218.4
Domestic shipments ($ millions)	4 245.4	4 517.6	4 744.5	5 052.0	5 459.2	5 839.5	6 078.8	6 317.1
Imports ($ millions)	1 024.8	1 244.8	1 663.1	1 720.7	2 085.4	2 262.3	2 181.5	2 407.6
Canadian market ($ millions)	5 270.2	5 762.4	6 407.5	6 772.7	7 544.6	8 101.8	8 260.3	8 724.7
Exports (% of shipments – value basis)	3.0	2.6	3.1	3.3	3.2	3.7	3.6	3.3
Imports (% of Canadian market – value basis)	19.5	21.6	26.0	25.4	27.6	27.9	26.4	27.6
Imports[c] (% of Canadian market – units basis)	33.0	38.0	41.0	41.0	42.0	42.0	41.0	43.0

[a]See *Exports by Commodity*, Statistics Canada Catalogue No. 65-004, monthly; and *Imports by Commodity*, Statistics Canada Catalogue No. 65-007, monthly, excluding fur goods industry.

[b]It is important to note that data for 1988 and after are based on the Harmonized Commodity Description and Coding System (HS). Prior to 1988, the shipments, exports and imports data were classified using the Industrial Commodity Classification (ICC), the Export Commodity Classification (XCC) and the Canadian International Trade Classification (CITC), respectively. Although the data are shown as a continuous historical series, users are reminded that HS and previous classifications are not fully compatible. Therefore, changes in the levels for 1988 and after reflect not only changes in shipment, export and import trends, but also changes in the classification systems. It is impossible to assess with any degree of precision the respective contribution of each of these two factors to the total reported changes in these levels.

[c]Volume data are available only for items under quantitative restraint, which represent about 75 percent of total industry shipments in value terms. Units exclude furs.

SOURCES OF IMPORTS[a] (% of total value)

	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
United States	12	10	9	7	6	6	5	7
European Community	9	10	11	15	17	15	14	13
Other developed countries	3	2	2	2	4	3	2	2
Low-cost countries	76	78	78	76	73	76	79	78

[a]See *Imports by Commodity*, Statistics Canada Catalogue No. 65-007, monthly, excluding fur goods industry.

DESTINATIONS OF EXPORTS[a] (% of total value)

	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
United States	61	73	79	83	85	83	83	82
European Community	17	11	6	4	4	6	7	7
Other developed countries	17	11	7	5	8	8	7	7
Low-cost countries	5	5	8	8	3	3	3	4

[a]See *Exports by Commodity*, Statistics Canada Catalogue No. 65-004, monthly, excluding fur goods industry.

REGIONAL DISTRIBUTION[a] (average over the period 1986 to 1988)

	Atlantic	Quebec	Ontario	Prairies	British Columbia
Establishments (% of total)	1	65	25	6	3
Employment (% of total)	1	57	31	8	3
Shipments (% of total)	1	61	27	8	3

[a]See *Clothing Industries*, Statistics Canada Catalogue No. 34-252, annual.

MAJOR FIRMS

Name	Country of ownership	Location of major plants
Algo Group Inc.	Canada	Montreal, Quebec
Canadelle Inc.	United States	Montreal, Quebec Quebec City, Quebec
Cluett Peabody Canada Inc.	United States	Kitchener, Ontario
John Forsyth Company	Canada	Kitchener, Ontario
Levi Strauss & Co. (Canada) Inc.	United States	Edmonton, Alberta Brantford, Ontario Cornwall, Ontario Stoney Creek, Ontario Rexdale, Ontario
Mr. Jax Fashions Inc.	Canada	Vancouver, British Columbia Winnipeg, Manitoba
Nygard International Ltd.	Canada	Winnipeg, Manitoba
Peerless Clothing International Inc.	Canada	Montreal, Quebec
Stanfield's Limited	Canada	Truro, Nova Scotia

INDUSTRY ASSOCIATIONS

Name	Location
Alberta Apparel Manufacturers Institute	Edmonton, Alberta
Apparel Manufacturers Association of Ontario	Don Mills, Ontario
Apparel Manufacturers Institute of Quebec	Montreal, Quebec
British Columbia Apparel Manufacturers Association	Vancouver, British Columbia
Canadian Apparel Manufacturers Institute (CAMI)	Ottawa, Ontario
Canadian Shirts Manufacturers Association	Toronto, Ontario
Children's Apparel Manufacturers' Association	Montreal, Quebec
Lingerie and Loungewear Manufacturers Association of Canada	Montreal, Quebec
Manitoba Fashion Institute	Winnipeg, Manitoba
Men's Clothing Manufacturers Association Inc.	Montreal, Quebec
Men's Clothing Manufacturers Association of Ontario	Don Mills, Ontario
Quebec Fashion Apparel Manufacturers' Guild	Montreal, Quebec
Quebec Outerwear Knitters Association Inc.	Montreal, Quebec

SECTORAL STUDIES AND INITIATIVES

The following publications are available from Industry, Science and Technology Canada (see address on page 9).

Apparel Manufacturing in the United States
The study is intended to provide a comparison of the major features of the apparel industry in the United States.

Apparel Retailing in the United States
The Apparel and Footwear Division of ISTC has commissioned a consultant's study of the complexities of apparel retailing in the United States to encourage manufacturers to become better exporters to the United States.

Lingerie and Loungewear Sector Profile
The study describes the major characteristics of the sector and assesses its strengths and weaknesses.

Report on the Japan International Apparel Machinery Exhibition
The report, prepared by a consultant, highlights the major apparel technology innovations on a worldwide basis.

Sweater Sector Profile
The study provides an overview of the sweater sector. It gives some insight on how firms are adapting to low-cost imports, the FTA and how they have responded to technological advances.

The following initiatives are supported by Industry, Science and Technology Canada.

Fashion Apparel Sector Campaign
To encourage more manufacturers to adopt a global market attitude and to improve their product appeal, marketing techniques and business practices, the Apparel and Footwear Division of ISTC has recently embarked on a Fashion Apparel Sector Campaign. This initiative has been developed to enhance the industry's competitiveness by encouraging it to improve its fashion capabilities, management practices, marketing and technology, as well as linkages with apparel designers and the textile industry. In the context of this initiative, the industry has been asked to propose ways in which these issues may be addressed. The focus is on areas where the industry could modify its strategies to improve competitiveness. Management and technical skills as well as market and image development are being explored as ways of improving linkages between the textile and apparel industries and between designers and apparel manufacturers. A pledge by the industry or its members to take action on these several fronts will be matched by government encouragement and support of that undertaking.

Technology Study
The Apparel and Footwear Division of ISTC is in the process of commissioning a study to compare Canada's performance in technology adoption with that of comparatively sized industry segment in the United States and the European Community.

Printed on paper containing recycled fibres.

Centres de services aux entreprises d'ISTC et Centres du commerce extérieur

Industrie, Sciences et Technologie Canada (ISTC) et Commerce extérieur Canada (CEC) ont mis sur pied des centres d'information dans les bureaux régionaux de tout le pays. Ces centres permettent à leur clientèle de se renseigner sur les services, les documents d'information, les programmes et l'expérience professionnelle disponibles dans ces deux Ministères en matière d'industrie et de commerce. Pour obtenir de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec l'un ou l'autre des bureaux dont la liste apparaît ci-dessous.

Terre-Neuve

Atlantic Place
215, rue Water, bureau 504
C.P. 8950
ST. JOHN'S (Terre-Neuve)
A1B 3R9
Tél. : (709) 772-ISTC
Télécopieur : (709) 772-5093

Île-du-Prince-Édouard

Confederation Court Mall
National Bank Tower
134, rue Kent, bureau 400
C.P. 1115
CHARLOTTETOWN
(Île-du-Prince-Édouard)
C1A 7M8
Tél. : (902) 566-7400
Télécopieur : (902) 566-7450

Nouvelle-Écosse

Central Guaranty Trust Tower
1801, rue Hollis, 5e étage
C.P. 940, succursale M
HALIFAX (Nouvelle-Écosse)
B3J 2V9
Tél. : (902) 426-ISTC
Télécopieur : (902) 426-2624

Nouveau-Brunswick

Assumption Place
770, rue Main, 12e étage
C.P. 1210
MONCTON (Nouveau-Brunswick)
E1C 8P9
Tél. : (506) 857-ISTC
Télécopieur : (506) 851-6429

Québec

Tour de la Bourse
800, place Victoria, bureau 3800
C.P. 247
MONTRÉAL (Québec)
H4Z 1E8
Tél. : (514) 283-8185
1-800-361-5367
Télécopieur : (514) 283-3302

Ontario

Dominion Public Building
1, rue Front ouest, 4e étage
TORONTO (Ontario)
M5J 1A4
Tél. : (416) 973-ISTC
Télécopieur : (416) 973-8714

Manitoba

330, avenue Portage, 8e étage
C.P. 981
WINNIPEG (Manitoba)
R3C 2V2
Tél. : (204) 983-ISTC
Télécopieur : (204) 983-2187

Saskatchewan

S.J. Cohen Building
119, 4e Avenue sud, bureau 401
SASKATOON (Saskatchewan)
S7K 5X2
Tél. : (306) 975-4400
Télécopieur : (306) 975-5334

Alberta

Canada Place
9700, avenue Jasper,
bureau 540
EDMONTON (Alberta)
T5J 4C3
Tél. : (403) 495-ISTC
Télécopieur : (403) 495-4507

510, 5e Rue sud-ouest,
bureau 1100
CALGARY (Alberta)
T2P 3S2
Tél. : (403) 292-4575
Télécopieur : (403) 292-4578

Colombie-Britannique

Scotia Tower
650, rue Georgia ouest,
bureau 900
C.P. 11610
VANCOUVER
(Colombie-Britannique)
V6B 5H8
Tél. : (604) 666-0266
Télécopieur : (604) 666-0277

Yukon

108, rue Lambert, bureau 301
WHITEHORSE (Yukon)
Y1A 1Z2
Tél. : (403) 668-4655
Télécopieur : (403) 668-5003

Territoires du Nord-Ouest

Precambrian Building
10e étage
Sac postal 6100
YELLOWKNIFE
(Territoires du Nord-Ouest)
X1A 2R3
Tél. : (403) 920-8568
Télécopieur : (403) 873-6228

Administration centrale d'ISTC

Édifice C.D. Howe
235, rue Queen
1er étage, tour Est
OTTAWA (Ontario)
K1A 0H5
Tél. : (613) 952-ISTC
Télécopieur : (613) 957-7942

Administration centrale de CEC

InfoExport
Édifice Lester B. Pearson
125, promenade Sussex
OTTAWA (Ontario)
K1A 0G2
Tél. : (613) 993-6435
1-800-267-8376

Demandes de publications

Pour recevoir un exemplaire de l'une des publications d'ISTC ou de CEC, veuillez communiquer avec le Centre de services aux entreprises ou le Centre de commerce extérieur le plus près de chez vous. Si vous désirez en recevoir plus d'un exemplaire communiquez avec l'un des trois bureaux suivants.

Pour les Profils de l'industrie :
Direction générale des communications
Industrie, Sciences et Technologie Canada
235, rue Queen, bureau 704D
OTTAWA (Ontario)
K1A 0H5
Tél. : (613) 954-4500
Télécopieur : (613) 954-4499

Pour les autres publications d'ISTC :
Direction générale des communications
Industrie, Sciences et Technologie Canada
235, rue Queen, bureau 208D
OTTAWA (Ontario)
K1A 0H5
Tél. : (613) 954-5716
Télécopieur : (613) 954-6436

Pour les publications de Commerce extérieur Canada :
InfoExport
Édifice Lester B. Pearson
125, promenade Sussex
OTTAWA (Ontario)
K1A 0G2
Tél. : (613) 993-6435
1-800-267-8376
Télécopieur : (613) 996-9709

Canada

(V 6 92 01)

1990–1991

HABILLEMENT

AVANT-PROPOS

Étant donné l'évolution rapide du commerce international, l'industrie canadienne doit pouvoir soutenir la concurrence si elle veut connaître la croissance et la prospérité. Favoriser l'amélioration du rendement de nos entreprises sur les marchés du monde est un élément fondamental des mandats confiés à Industrie, Sciences et Technologie Canada et à Commerce extérieur Canada. Le profil présenté dans ces pages fait partie d'une série de documents grâce auxquels Industrie, Sciences et Technologie Canada procède à l'évaluation sommaire de la position concurrentielle des secteurs industriels canadiens, en tenant compte de la technologie, des ressources humaines et de divers autres facteurs critiques. Les évaluations d'Industrie, Sciences et Technologie Canada et de Commerce extérieur Canada tiennent compte des nouvelles conditions d'accès aux marchés de même que des répercussions de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis. Pour préparer ces profils, le Ministère a consulté des représentants du secteur privé.

Veiller à ce que tout le Canada demeure prospère durant l'actuelle décennie et à l'orée du vingt-et-unième siècle, tel est le défi qui nous sollicite. Ces profils, qui sont conçus comme des documents d'information, seront à la base de discussions solides sur les projections, les stratégies et les approches à adopter dans le monde de l'industrie. La série 1990–1991 constitue une version revue et corrigée de la version parue en 1988–1989. Le gouvernement se chargera de la mise à jour régulière de cette série de documents.

Michael H. Wilson
Ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
et ministre du Commerce extérieur

Structure et rendement

Structure

L'industrie canadienne de l'habillement a la réputation de confectionner un vaste éventail de vêtements de grande qualité, à la mode et surtout destinés aux marchés de détail à prix moyens et élevés. Elle fabrique également des vêtements de travail et des uniformes. Les principaux produits de cette industrie sont les vêtements pour femmes, hommes et enfants, les vêtements de cuir, les fourrures, les vêtements de soutien et un vaste éventail d'articles en tricot, comme les tee-shirts, les sous-vêtements, les gants, les chandails et les bas et chaussettes. Le secteur de la fourrure est très différent de l'industrie courante du vêtement, aussi fait-il l'objet d'un profil particulier, celui des *Vêtements de fourrure*.

La première étape, et peut-être la plus critique, de la confection du vêtement est celle de la conception. Le modèle du vêtement peut être accepté d'emblée par les consommateurs, ou provoquer des ventes insuffisantes qui contraignent les détaillants à réduire les prix afin de se débarrasser des stocks invendus. Les autres grandes étapes dans la confection du vêtement comprennent l'achat des tissus, la fabrication et la gradation des patrons, la coupe des tissus, la couture et la finition.

Au Canada, la majeure partie de cette industrie s'est concentrée au Québec depuis ses tout débuts. On y trouve 57 % de l'ensemble de la main-d'œuvre dans le vêtement, soit 112 940 personnes en 1989. Les autres provinces où l'industrie du vêtement est la plus concentrée sont l'Ontario (31 % de l'emploi en 1989) et le Manitoba (6 %). Les fabricants se sont surtout établis dans les grandes agglomérations urbaines de Montréal, Toronto et Winnipeg, afin d'être à proximité des grands marchés et des bassins de main-d'œuvre spécialisée. Il reste qu'aujourd'hui les pressions pour faire augmenter les

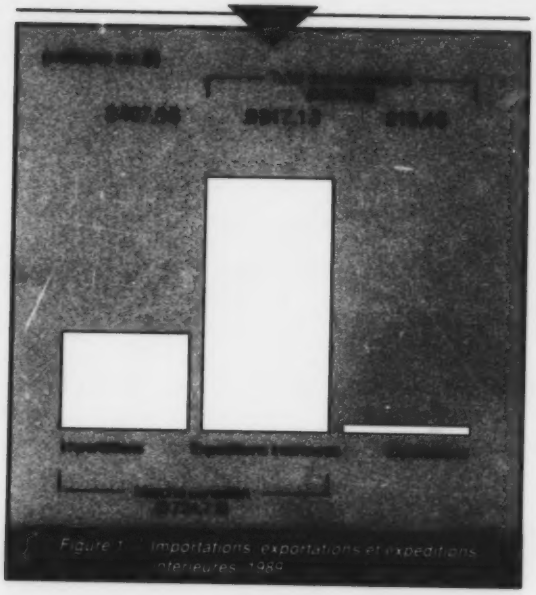


Figure 1 Importations, exportations et expéditions intérieures, 1989

salaires incitent certaines entreprises à se relocaliser dans les régions rurales où les frais de main-d'œuvre sont moins élevés. La production de vêtements représente respectivement 18, 17 et 6 % de tous les emplois manufacturiers dans les régions métropolitaines de Montréal, Winnipeg et Toronto. Un élément propre au Québec en ce domaine est l'existence de grands sous-traitants qui effectuent pour le compte d'autres entreprises la coupe et la couture, et qui sont surtout concentrés en Estrie. Tout indique que cette pratique se répand dans les autres provinces.

Les petites entreprises prédominent dans le vêtement : en 1989, on estimait le nombre d'établissements à 2 425, dont 650 sous-traitants. Environ 88 % des entreprises comptaient moins de 100 employés; mais elles ne représentaient qu'environ la moitié de l'emploi et de la valeur des expéditions. Environ 76 % de la main-d'œuvre totale dans ce secteur est féminine; on y dénombre 45 % d'immigrants. Quelque 40 % des travailleurs sont syndiqués. L'emploi dans les principaux sous-secteurs se répartit comme suit : vêtements pour femmes, 39 000; vêtements pour hommes, 39 000; vêtements pour enfants, 7 400; vêtements de soutien et tricots, 14 000; et autres vêtements comme les vêtements de travail, de nuit, d'intérieur, les maillots de bain et les sous-vêtements, 15 900. En plus des emplois recensés par les statistiques, on estime que 15 000 personnes travaillent à domicile, à temps partiel, dans la confection du vêtement, et ne sont pas comprises dans les statistiques du travail.

Les expéditions de vêtements confectionnés au Canada étaient estimées à 6 535,5 millions de dollars en 1989; ces vêtements étaient presque entièrement destinés au marché intérieur (figure 1). Au cours de la même année, les importations étaient évaluées à 2 407,6 millions et les exportations à 218,4 millions. Plus des trois quarts des importations totales provenaient de pays à main-d'œuvre bon marché, et les quatre cinquièmes des exportations canadiennes étaient dirigées vers les États-Unis.

Dans cette industrie, l'intégration en amont est négligeable; presque toutes les entreprises achètent leurs fils et tissus des usines de textile. Les fabricants de vêtements sont des clients importants de l'industrie canadienne du textile; ils absorbent 35 % de sa production, mesurée au poids.

Dans l'industrie du vêtement, la propriété est à prédominance canadienne; les entreprises de propriété étrangère représentent moins de 2 % du nombre total des entreprises. Bien qu'il y ait eu quelques acquisitions d'entreprises canadiennes par des intérêts étrangers au cours des dernières années, la plupart des entreprises de propriété étrangère font partie de multinationales qui se sont implantées au Canada pour échapper aux barrières tarifaires élevées tout en satisfaisant les besoins particuliers du marché canadien. Ces entreprises s'adonnent surtout à la confection en grande série de produits standardisés : blue-jeans, vêtements de soutien, sous-vêtements. Les entreprises de propriété étrangère comptent pour environ 3 % des expéditions totales de vêtements. Les intérêts de l'industrie, du monde des affaires et les intérêts politiques divers du secteur du vêtement sont représentés par une association nationale et 12 associations régionales ou relatives à des produits particuliers; elles sont réparties dans tout le Canada.

Rendement

Les principaux facteurs qui influent sur la demande de vêtements sont la croissance démographique, le revenu personnel disponible et le vieillissement de la population. Le revenu disponible en dollars courants est à la hausse, mais la part de celui-ci consacrée au vêtement est demeurée à peu près constante depuis le milieu des années 1970 : environ 5,5 %. Depuis 1980, le marché a augmenté d'une moyenne annuelle de 5 % en dollars courants. Bien qu'on ne s'attende pas à ce que la croissance globale du marché s'accélère au cours de la prochaine décennie, une augmentation du revenu personnel disponible pourrait stimuler les dépenses discrétionnaires consacrées aux achats de vêtements à la mode.

L'évolution du style de vie et des loisirs rend compte en grande partie de l'influence grandissante de la mode sur les dépenses des consommateurs, ce qui touche directement les fabricants de vêtements. Depuis le début des années 1980, les entreprises de vêtements ont agi davantage en fonction de la demande du marché que de la production ou du fonctionnement de l'entreprise, deux éléments qui orientaient

leurs activités au cours des années précédentes. Au début des années 1970, le marché canadien du vêtement était moins orienté vers la mode qu'il ne l'est aujourd'hui. À cette époque, les prix étaient un facteur plus important pour le consommateur, ce qui explique en bonne partie que les détaillants cherchaient à obtenir une portion croissante de leurs stocks auprès de pays à faible prix de revient. Toutefois, même si la mode influence de plus en plus les achats des consommateurs, le prix des vêtements demeure un facteur important pour ceux-ci.

Une concurrence croissante des importations bon marché est venue perturber des marchés autrefois stables. Ces importations se sont accrues à un taux supérieur à celui de la croissance du marché canadien, ce qui fait que les entreprises canadiennes ont perdu une partie de leur marché. L'industrie s'est efforcée de s'adapter au cours des années. En grande partie, cependant, le processus d'adaptation a été entravé par la faible dimension du marché canadien, par les barrières tarifaires élevées protégeant les marchés des autres grandes nations industrialisées et par des procédés de confection à haute intensité de main-d'œuvre. Il reste que les fabricants canadiens persévèrent dans leurs efforts pour s'adapter à la situation : ils investissent dans de nouvelles technologies, réduisent leurs coûts, améliorent leur position sur les marchés et leurs services aux consommateurs. Ils recourent aux importations afin de mener à bien leur propre production intérieure.

Ce scénario a aussi été observé dans d'autres pays. Au cours des trois dernières décennies, la tendance dans le commerce international du vêtement a été l'accroissement, pour les pays à faible prix de revient, de leur part des exportations dans le monde. Ces pays ont consacré beaucoup d'énergie à développer une industrie du vêtement conçue surtout en fonction de l'exportation, et on prévoit que la tendance s'accentuera. Grâce à l'avantage qu'ils détiennent compte tenu de leurs frais de production peu élevés, ces pays ont accentué les pressions concurrentielles sur l'industrie du vêtement des pays industrialisés. Plusieurs pays nouvellement industrialisés (PNI), comme Hong-kong, ont récemment adopté une nouvelle stratégie; ils s'emploient vigoureusement à produire des vêtements de meilleure qualité en vue de concurrencer les articles à prix moyens et élevés fabriqués par les pays industrialisés.

Malgré les restrictions sur les importations, la part de l'industrie canadienne sur le marché intérieur n'a pas cessé de décliner. Un nombre croissant de fabricants de vêtements éliminent les gammes de produits non rentables. Pour maintenir leur marge bénéficiaire tout autant que pour satisfaire aux divers besoins de leurs clients, ils importent de plus en plus pour leurs lignes de produits. On estime que 25 % des importations de vêtements sont effectuées par les fabricants canadiens, et cette tendance devrait se poursuivre.

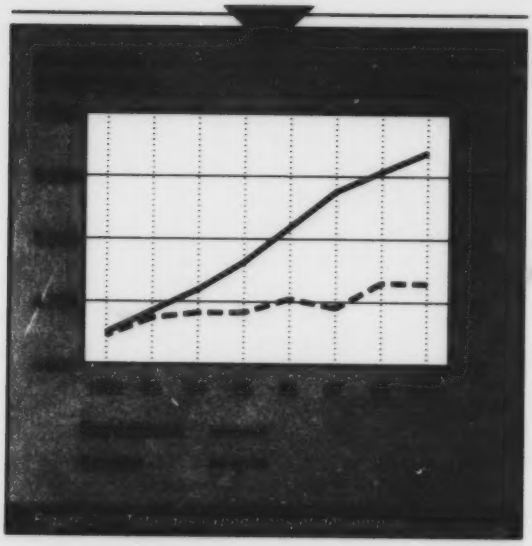
Depuis le début des années 1970, le niveau des importations a considérablement varié : au cours d'une année donnée, on n'atteint pas les quotas, tandis que l'année suivante les importations augmentent soudainement. La situation s'est aggravée à la suite de l'arrivée sur le marché de nouveaux fournisseurs dont les prix sont peu élevés et qui ne sont pas touchés par les quotas.

Entre 1975 et 1988, le marché canadien du vêtement a augmenté de 18 % en unités[1]. Au cours de la même période, le volume de vêtements étrangers pénétrant au Canada a augmenté de 27 %[2] et, par conséquent, a accru sa part du marché, qui est passée de 35 % en 1975 à 41 % en 1988, en dépit d'une protection tarifaire élevée (environ 25 %) et des accords bilatéraux sur la limitation des importations. Les fabricants canadiens n'ont pas autant profité de la croissance générale du marché pendant cette période; le volume des expéditions intérieures nettes n'a augmenté que de 11 %, passant de 342 millions d'unités en 1975 à 379 millions en 1988.

L'emploi dans l'industrie du vêtement avait baissé de 11 000 personnes en 1989 par rapport à 1973; depuis 1986, il s'est stabilisé entre 109 000 et 113 000 (figure 2). Entre 1976 et 1980, la croissance de la productivité dans ce secteur se comparait très favorablement avec celle de l'ensemble du secteur manufacturier. Même si, comme on le voit au tableau 1, la productivité s'est améliorée régulièrement entre 1976 et 1986, l'écart dans le niveau de productivité par rapport au secteur manufacturier dans son ensemble est évalué à 22 %. L'amélioration à long terme s'explique par la hausse de la valeur des vêtements confectionnés, et la réduction de la main-d'œuvre attribuable à la rationalisation des opérations et à la concurrence des importations, ainsi que par une amélioration directe de l'efficacité de la production. Ces dernières années, l'industrie du vêtement a véritablement tiré de l'arrière en matière de productivité, ce qui pourrait résulter de la diminution, par rapport aux années 1980, du taux d'investissement dans la technologie visant à économiser la main-d'œuvre.

[1] L'industrie évalue son rendement d'après le nombre d'unités produites, en conformité avec le critère utilisé dans la négociation des quotas d'importation.

[2] On ne dispose de données sur le volume que pour les articles contingentés, soit environ 75 %, en valeur, des expéditions totales de l'industrie. Les principales catégories de produits non soumis aux quotas d'importation sont les accessoires vestimentaires (foulards, cravates, bretelles, etc.), les chapeaux et casquettes, les gants et mitaines (sauf les gants de travail), les bas diaphanes et les collants, les vêtements de cuir et de fourrure, les vêtements de survie et les vêtements jetables.



Les exportations n'ont pas été un élément important des ventes globales. Au cours des dernières années, cependant, on a observé que de plus en plus d'entreprises s'efforcent de vendre sur les marchés d'exportation. Bien qu'elles ne représentent encore qu'une faible proportion des activités totales, les exportations, à l'exclusion des fourrures et des accessoires, sont passées de 2,2 % des expéditions totales de l'industrie en 1981 à 3,7 % en 1987. Parmi les produits qui ont donné les meilleurs résultats, on relève les vêtements de haute couture pour dames, les survêtements d'hiver, une certaine catégorie de vêtements haut de gamme pour hommes, les vêtements pour enfants et les vêtements de travail. Les ventes aux États-Unis, qui comptent pour environ 85 % des exportations de vêtements du Canada, ont augmenté régulièrement. Le Canada a montré qu'il est apte à soutenir avec succès la concurrence sur les marchés des pays industrialisés tant sur le plan de la qualité que sur ceux du style et des prix. On estime que 65 % des vêtements exportés le sont en fonction de la mode plutôt que de la qualité des articles eux-mêmes. La concurrence à laquelle le Canada doit faire face sur les marchés étrangers provient surtout des producteurs européens.

Croissance annuelle moyenne de la valeur ajoutée par heure-personne travaillée[a] (%)

	1976–1980	1981–1986	1976–1986
Vêtement	7,4	0,1	3,4
Textile	4,1	3,6	3,8
Ensemble des industries de la fabrication	1,3	2,4	1,8

[a]Comprend les vêtements de fourrure. Estimations d'ISTC en dollars constants de 1981.

Au cours des dix dernières années, l'industrie du vêtement a maintenu sa rentabilité ainsi que son ratio d'endettement à long terme. Ce ratio est demeuré relativement faible dans la confection de vêtements (7,1 % en 1987 en regard de 23,2 % pour l'ensemble des industries de la fabrication) en raison de la faible valeur de l'actif immobilisé et du recours au crédit à court terme. Pour les mêmes raisons, les bénéfices après impôts sur le capital investi par l'industrie entre 1973 et 1987 sont demeurés supérieurs à ceux de l'ensemble du secteur de la fabrication (12,2 % contre 8 % en 1987). Cette année-là, les bénéfices de l'industrie après impôts étaient de 3,2 %, comparativement à 4,4 % pour l'ensemble de la fabrication.

Les bénéfices respectables obtenus en dépit de la faible productivité de l'industrie et d'une concurrence tenace de la part des importations bon marché sont largement attribuables aux faibles besoins en capitaux de l'industrie et à sa haute intensité en main-d'œuvre, à l'esprit d'entreprise des gestionnaires et à la taille généralement réduite des entreprises. Ces facteurs ont conféré à l'industrie une grande souplesse, ce qui lui permet de passer d'un style (ou d'un produit) à un autre selon les occasions du marché. En raison des risques élevés, les fabricants sont devenus réfractaires aux réinvestissements à long terme des revenus, et ont tendance à se limiter à la planification tactique à court terme.

En 1988, les entreprises de vêtements ont investi 48 millions de dollars (en dollars constants de 1981) dans les bâtiments, les machines et l'équipement, ce qui était inférieur au niveau record de 50 millions établi l'année précédente. Malgré tout, le niveau d'investissement de 1988 dépassait de 7 % l'investissement moyen effectué au cours des quatre années précédentes.

La plupart des fabricants situés dans les grandes régions productrices de vêtements ne se sont pas heurtés à des difficultés majeures pour obtenir le financement nécessaire à la restructuration de leurs activités ou pour acquérir de nouvelles technologies. Malgré tout, une bonne partie des milieux financiers ont une image assez négative des fabricants de vêtements; cette image est en partie attribuable aux importations à bas prix, qui ont profondément pénétré les marchés, et aux mesures particulières de protection déployées pour cette industrie. Ainsi, certaines institutions financières

peuvent hésiter à offrir du financement à long terme aux fabricants en raison de la faible valeur de l'actif immobilisé comparativement aux autres secteurs de la fabrication. Afin d'accroître leur capitalisation, un certain nombre d'entreprises ont réorganisé leur structure financière et sont devenues des sociétés ouvertes. Jusqu'ici, cette stratégie ne semble pas avoir été très fructueuse, et la performance des actions sur les marchés boursiers a été plutôt faible.

Forces et faiblesses

Facteurs structurels

Les deux dernières décennies ont constitué une période de transition pour l'industrie du vêtement. Elle a lutté pour devenir plus concurrentielle face aux pressions croissantes et soutenues des importations bon marché. Quatre faiblesses structurelles importantes, qui exercent des effets à long terme, ont cependant entravé ses initiatives en ce sens. Ce sont la taille du marché, les coûts de main-d'œuvre relativement élevés, le peu de variété des sources d'approvisionnement et des catégories de tissus offerts au Canada, et le grand nombre d'entreprises relativement petites. D'autre part, cette industrie a réussi à conserver un noyau d'entreprises solides et viables. Mentionnons aussi la diversification de la production et des produits, la haute qualité des vêtements fabriqués, une vision créative de la mode, des usines flexibles et polyvalentes, et une bonne rentabilité.

Les économies d'échelle sont un des facteurs importants qui influent sur le prix de revient des vêtements. Mais, en raison de la taille réduite du marché canadien, il y a peu d'occasions de réduire les prix de revient en augmentant les lots de fabrication. La petite échelle de la confection et le fort coefficient de main-d'œuvre des procédés de production sont probablement les principales faiblesses de l'industrie du vêtement à l'heure actuelle. Certaines économies d'échelle sont possibles dans le cas d'articles standardisés comme les pantalons et les chemises. Toutefois, la taille moyenne des entreprises canadiennes est considérablement inférieure à celle qu'on retrouve dans l'industrie du vêtement des pays industrialisés comme les États-Unis et à celle de nombreux producteurs à faible prix de revient (comme la République de Corée et Taiwan). Il reste qu'une importante stratégie se répand lentement parmi les producteurs de vêtements des pays industrialisés, dont le Canada.

Un grand nombre d'entreprises modifient leur fabrication en fonction de séries de production plus diversifiées et plus courtes. Elles s'efforcent ainsi de s'adapter aux marchés du vêtement, où il importe de répondre rapidement aux tendances de la mode et aux exigences des détaillants. C'est pourquoi les désavantages que constituent pour les entreprises canadiennes le marché réduit et leur faible échelle de production sont compensés par leur taille restreinte, qui leur confère une plus grande souplesse de production. Bien que ceci ajoute aux pressions déjà exercées sur le prix de revient, les nouvelles technologies présentant des systèmes de production modulaires ou flexibles pourraient supprimer à long terme un certain nombre de ces pressions.

Les salaires comptent pour 24 % de la valeur des expéditions, comparativement à 12 % dans l'ensemble de la fabrication. Le prix de revient par unité dans l'industrie du vêtement était, en 1986, plus élevé d'environ 6 % au Canada qu'aux États-Unis, dernière année pour laquelle nous disposons de données comparables et précises. Nous ne disposons pas de données semblables en ce qui a trait aux pays à faible prix de revient.

Une autre faiblesse structurelle est l'accès aux tissus. L'industrie est désavantagée en ce qui concerne la disponibilité et le prix des tissus fabriqués au Canada. La part de ceux-ci dans la valeur des expéditions atteint 35 à 45 %. Les fabricants de vêtements ne peuvent compter exclusivement sur les tissus fabriqués au Canada du fait que les styles et les modèles indispensables pour satisfaire à la demande des consommateurs qui suivent la mode de près ne se retrouvent pas en variété suffisante dans les entreprises de textile. Environ 50 % des tissus utilisés dans l'industrie du vêtement sont importés, en proportion à peu près égale, des pays industrialisés et des pays à faible coût de revient. Les tarifs élevés qui frappent les tissus et les fils importés augmentent le prix de revient des fabricants canadiens. Le retrait éventuel des droits de douane sur les tissus américains, en vertu de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis (ALE), contribuerait à atténuer ce problème si les confectionneurs pouvaient trouver une plus grande variété de tissus aux États-Unis qu'au Canada. En ce qui concerne la variété encore plus grande de tissus pour vêtements provenant d'autres pays, le gouvernement aborde le problème des prix à l'importation en promettant de réduire les tarifs sur le textile à des niveaux plus comparables à ceux des autres pays industrialisés.

Dans la plupart des pays, la confection des vêtements est le fait d'un grand nombre de petites entreprises. À cet égard, l'industrie canadienne ne souffre pas d'un désavantage marqué, sauf peut-être dans le cas d'un certain nombre d'articles confectionnés en grandes séries, comme les pantalons et les chemises. Une industrie aussi diversifiée que celle du Canada peut suivre l'évolution de la mode plus facilement que certaines industries plus vastes et plus orientées vers la confection en grandes séries, comme on en retrouve dans des pays à faible prix de revient ou aux États-Unis.

Jusqu'à tout récemment, le style de gestion de l'industrie se caractérisait par un esprit d'entreprise dynamique. Les propriétaires, secondés par des cadres organisés sans trop de structure, exécutaient toutes les tâches exigées par le fonctionnement quotidien de l'entreprise. Au cours des années 1960 et 1970, la plupart des entreprises n'avaient pas mis en place de modes de gestion particuliers dans les domaines de la production, de la mise en marché et du financement. Cette façon d'agir se retrouve encore dans la plupart des petites entreprises. Cependant, de plus en plus de moyennes et de grandes entreprises ont récemment intégré des spécialistes à leur équipe de gestion afin que les décisions concernant l'entreprise soient prises de façon plus systématique. En dépit de cette tendance, plusieurs entreprises de vêtements connaissent des déficiences chroniques au niveau de la planification stratégique. Elles n'ont pas de plan global relatif à l'adoption de nouvelles technologies, et sont généralement réticentes à réinvestir systématiquement leurs bénéfices.

L'industrie ne s'est pas appliquée à mieux définir ses marchés et à les développer. La majeure partie des ressources administratives a été consacrée à d'autres priorités, comme la réduction du prix de revient. Le marché est dominé par un petit nombre de grands magasins et de magasins à succursales multiples, qui sont également de grands importateurs. Dans ce contexte, un bon nombre d'entreprises ne connaissent pas suffisamment les techniques de développement de marché et de positionnement pour être en mesure de tirer pleinement profit des débouchés qui se présentent. Pour un grand nombre d'entreprises, la mise en marché se limite à vendre (par l'intermédiaire de leurs propres représentants, d'agents indépendants ou de grossistes) les produits aux détaillants au prix le plus avantageux possible.

Facteurs liés au commerce

Les tarifs canadiens imposés sur le vêtement protègent peu l'industrie contre les importations bon marché. La politique commerciale du gouvernement canadien sur le vêtement comporte donc la négociation, dans le cadre de l'Arrangement multifibres du GATT, de quotas d'importation bilatéraux avec les pays à faible prix de revient. Le Canada participe à cet accord depuis 1974, et son objectif, tout comme celui des États-Unis et de la Communauté européenne (CE), est de ralentir la croissance des importations de vêtements afin que l'industrie puisse s'adapter à la concurrence croissante des pays à faible prix de revient. Approximativement 50 pays, dont le Canada, ont signé l'Arrangement multifibres dont l'avenir est actuellement à l'étude dans le cadre de l'Uruguay Round des négociations commerciales multilatérales du GATT.

Les tarifs canadiens sur le vêtement entrent également dans les négociations de l'Uruguay Round, puisque ces tarifs n'ont pas été réduits autant que d'autres au cours des pourparlers tenus jusqu'ici. Ainsi, lors des négociations multilatérales précédentes (Tokyo Round), les tarifs canadiens sur les vêtements ont été réduits d'une moyenne pondérée par la valeur des échanges de 9,5 %, ceux des États-Unis de 17 % et ceux de la CE de 18 %, tandis qu'en moyenne, les tarifs industriels étaient réduits de 33 %. (La moyenne pondérée par la valeur des échanges de 1987 est présentée au tableau 2). Les pays industrialisés considéraient que les fournisseurs des pays à faible prix de revient jouissaient déjà d'un avantage concurrentiel considérable sur les marchés des pays développés, sans qu'on accentue cet avantage en réduisant les tarifs sur le vêtement. Comme l'Arrangement multifibres et les tarifs sur le vêtement avaient été très peu modifiés lors des rondes précédentes, les initiatives en cours en vue de négocier une structure commerciale plus libérale pourraient bien donner lieu à la fois au démantèlement de l'Arrangement multifibres, à la mise en vigueur de règlements disciplinaires du GATT plus efficaces, et à la réduction des tarifs sur les tissus et les vêtements finis.

En ce qui concerne le besoin de l'industrie d'importer les tissus nécessaires, la mise en vigueur des réductions tarifaires en vertu de l'ALE devrait aider les entreprises du vêtement en leur facilitant l'accès au vaste choix de tissus disponibles aux États-Unis. De plus, le gouvernement a réagi à ce problème de longue date en réduisant les droits sur certaines catégories de tissus spécialisés pour vêtements. Pour compléter ces initiatives tarifaires, le gouvernement a mis en œuvre en 1989, pour une période de neuf ans (la période entière autorisée par l'ALE), trois nouveaux programmes de remise de droits dans des secteurs particuliers. Le gouvernement a également amélioré le Programme sur les chemises à col façonné, mis

Tableau 2 Tarifs découlant des négociations commerciales [illegible]

Moyenne pondérée par la valeur des échanges (%)

	Vêtement	Tissus
Canada[a]	24,0	21,5
États-Unis	22,5	11,5
Communauté européenne	13,5	10,5
Japon	14,0	9,5

[a]Le tarif canadien moyen, pondéré par la valeur des échanges sur les marchandises industrielles, est de 10 %.

Source : GATT, *Les textiles et le vêtement dans l'économie mondiale*, 1984.

en vigueur antérieurement. Ces mesures visent à encourager les secteurs de l'industrie du vêtement les plus durement touchés par la concurrence des importations à adopter des stratégies d'adaptation efficaces.

Le gouvernement a aussi fait part de son intention de réduire les tarifs canadiens sur les tissus à un niveau comparable à ceux des autres pays industrialisés, en vue de faciliter l'accès à une plus grande variété de tissus. Le Tribunal canadien du commerce extérieur (TCCE) a récemment indiqué au gouvernement l'ampleur des réductions nécessaires pour respecter son engagement ainsi que la période de sa mise en vigueur. Le TCCE recommandait des réductions tarifaires de l'ordre de 26 %, échelonnées sur une période pouvant s'étendre jusqu'à neuf ans. Il recommandait aussi d'inclure ces réductions dans l'offre canadienne finale présentée dans le cadre des négociations commerciales multilatérales, afin d'en obtenir un avantage maximum. En recevant le rapport du TCCE, le gouvernement a réitéré sa détermination de recourir à ces réductions tarifaires afin d'accroître la compétitivité des fabricants canadiens de vêtements. Le gouvernement a également manifesté son intention de faire étudier par le TCCE les coûts et les avantages d'un programme de dégrèvement tarifaire s'appliquant aux vêtements canadiens partiellement confectionnés au Canada, puis traités à l'étranger et renvoyés au Canada comme produits finis. L'étude porterait également sur les effets d'un tel programme sur les fabricants et l'emploi.

Aux termes de l'ALE, les tarifs sont éliminés en 10 étapes annuelles et égales ayant débuté le 1er janvier 1989. En règle générale, les vêtements fabriqués de tissus provenant de pays tiers ne sont pas admissibles à l'entrée en franchise aux termes de l'ALE. Celui-ci prévoit toutefois une exemption : pour une année civile donnée, les exportations aux États-Unis de vêtements confectionnés au Canada à l'aide de tissus produits dans un pays tiers auront droit au traitement tarifaire prévu par l'ALE. Dans le cas des tissus non laineux, cette disposition s'applique jusqu'à l'équivalent de 50 millions de verges carrées (41,8 millions de mètres carrés), et dans le cas des tissus laineux, jusqu'à l'équivalent de six millions de verges carrées (cinq millions de mètres carrés). Les limites canadiennes d'exemptions de droits de douane ou de contingents tarifaires imposés sur des vêtements semblables importés des États-Unis sont l'équivalent de 10,5 millions et 1,1 millions de verges carrées (8,8 millions et 0,9 million de mètres carrés) respectivement.

Aux termes de l'ALE, les dispositions de remboursement des droits de douane sur le matériel importé servant à la fabrication de marchandises destinées à l'exportation sont prolongées pour une période indéterminée. Il faut que les vêtements exportés soient confectionnés de tissus provenant d'un pays tiers et ne soient pas admis en franchise aux États-Unis. Pour les autres secteurs industriels, le remboursement des droits de douane sur le commerce de marchandises avec les États-Unis est supprimé dans les cinq ans suivant la date de la mise en vigueur de l'ALE. Au cours des cinq premières années de la période de mise en œuvre, il est possible d'exiger le remboursement complet des droits de douane, que les produits exportés jouissent ou non des tarifs préférentiels.

Les deux pays se sont en outre engagés à s'employer à uniformiser leurs règlements dans des domaines où les tarifs ne s'appliquent pas, comme l'inflammabilité ou l'étiquetage des vêtements.

Pour la plupart des entreprises, les États-Unis offrent le marché d'exportation le plus propice. En Europe, la libre circulation des marchandises entre les pays de la CE a gêné le commerce canadien des vêtements. À cela s'ajoute la vive concurrence des couturiers européens et le fait que les modèles canadiens de marque propre n'ont jamais fait l'objet d'une commercialisation vigoureuse.

Facteurs technologiques

Les fabricants de matériel de production de vêtements se retrouvent surtout au Japon, dans la CE et aux États-Unis. Ils ont apporté à ce matériel des innovations technologiques majeures qui permettent d'automatiser la production de vêtements, de raccourcir le cycle de production et d'accroître la souplesse et la productivité de l'entreprise. On y arrive habituellement grâce à la conception et à la fabrication assistées par ordinateur (CAO/FAO). Ces progrès en matière de technologie, de même que les compétences particulières qu'ils exigent en gestion, sont utilisés dès les premières phases de la production : conception, fabrication des patrons et coupe. Des progrès sont également intervenus dans la réduction des frais de manutention. Toutefois, la complexité des procédés de couture rend leur automatisation passablement plus lente. Celle-ci pose de grands défis aux ingénieurs et techniciens en matière de robotique et d'infrastructure de systèmes, de sorte qu'on n'a réalisé des progrès en ce domaine que dans certaines opérations de production en grandes séries.

Ces innovations ont d'abord été conçues en fonction d'une production à grande échelle. Pour cette raison, et à cause de la petite taille du marché canadien pour les vendeurs internationaux de matériel, le Canada, selon des spécialistes de l'industrie, a été plus lent que le Japon, les États-Unis ou la CE à adopter ces innovations. Ces derniers temps, cependant, les fabricants de matériel ont accordé davantage d'attention aux besoins des petites entreprises si nombreuses au Canada et en d'autres pays.

La nouvelle technologie est susceptible d'améliorer la capacité de l'industrie à satisfaire plus rapidement les goûts

versatiles des consommateurs. Les confectionneurs les plus dynamiques collaborent avec les détaillants pour améliorer leur rapidité de réaction en recueillant des données dans les points de vente au moyen de systèmes informatisés de codes à barres et de communications électroniques. L'information ainsi constamment mise à jour améliore le contrôle des stocks et la passation des commandes. Lorsque ces systèmes relativement économiques seront devenus entièrement opérationnels, les fabricants verront leurs frais réduits et jouiront d'un important avantage temporel face aux importations bon marché.

L'introduction d'une nouvelle technologie plus complexe dans la confection de vêtements donne à l'industrie la possibilité de devenir graduellement plus capitalistique, seul moyen pour les pays développés de compenser dans une certaine mesure les avantages que détiennent les pays à faible prix de revient. L'adoption des nouvelles technologies accélérera vraisemblablement la restructuration de l'industrie en vue d'en arriver à de plus grandes économies d'échelle. Les procédés de confection n'en demeureront pas moins à haute intensité de main-d'œuvre.

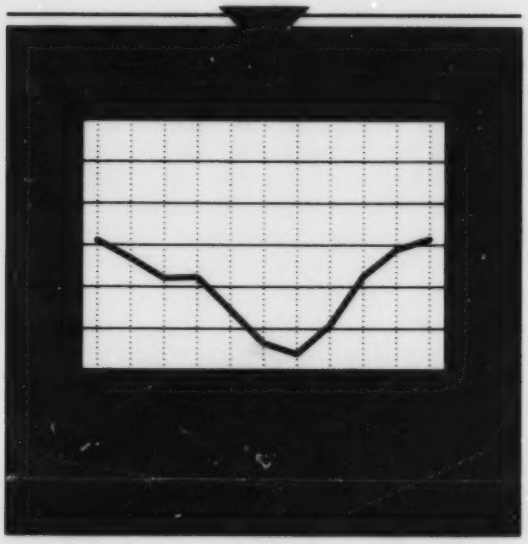
Autres facteurs

Cette industrie importe environ 15 % de ses tissus des États-Unis, de sorte que la remontée du dollar canadien en regard du dollar américain (figure 3) a rendu ces importations légèrement moins coûteuses. Jusqu'à maintenant, les fluctuations de la monnaie ont eu peu d'effets sur les importations de vêtements finis, car la plupart d'entre eux proviennent de pays à faible prix de revient. Les producteurs de vêtements qui ont obtenu du succès sur les marchés américains fondent leur compétitivité surtout sur le style et la qualité.

Le prix constitue généralement un élément moins important, de sorte que les fluctuations de la monnaie ont eu jusqu'ici peu de répercussions sur la compétitivité des exportations. Cependant, l'industrie a exprimé son inquiétude face au niveau relativement élevé, ces derniers temps, du dollar canadien par rapport au dollar américain. Par ailleurs, on reconnaît généralement que, dans certaines conditions économiques, une baisse sensible du dollar canadien aurait probablement un effet inflationniste. La hausse des prix et des coûts qui en découlerait sur le marché intérieur pourrait, avec le temps, annuler les avantages concurrentiels à court terme fournis par une telle baisse du dollar.

En ce qui concerne la CE, les confectionneurs faisaient face à un obstacle supplémentaire découlant des écarts entre monnaies. La dévaluation du dollar canadien par rapport aux devises européennes au cours des deux dernières années a suscité un renouveau d'intérêt à l'endroit de ce marché.

Les producteurs canadiens de vêtements n'ont pas eu de difficultés à se conformer aux lois ou règlements municipaux, provinciaux ou fédéraux sur l'environnement. En fait, certaines entreprises sont en train de mettre au point des systèmes d'emballage innovateurs et non polluants, en utilisant des matières recyclables sans accroître de façon appréciable les frais de production.



Evolution du milieu

Au moment où nous rédigeons ce profil, l'économie du Canada de même que celle des États-Unis montrent des signes de redressement, à la suite d'une période de récession. En plus d'avoir vu leurs carnets de commandes diminuer, les entreprises du secteur de l'habillement ont dû subir des pressions sous-jacentes les incitant à une restructuration à long terme. Dans certains cas, ces pressions cycliques ont eu pour effet d'accélérer le processus d'adaptation et de restructuration. Avec les signes de relance, même s'ils sont encore irréguliers, la perspective à moyen terme va s'améliorer. L'effet du phénomène sur ce secteur industriel dépendra du rythme même de la relance.

À long terme, on ne prévoit pas d'accélération de la croissance du marché; il se pourrait plutôt qu'on n'observe, au cours de la prochaine décennie, qu'une faible croissance. Cependant, la hausse des revenus devrait entraîner un niveau plus élevé d'achats discrétionnaires de vêtements influencés par les modes de vie et les loisirs. L'évolution démographique et la faiblesse actuelle de l'économie incitent l'industrie à reconsidérer ses options stratégiques pour l'avenir. Elle doit faire face à la nécessité d'améliorer sa position sur le marché

intérieur, et envisager sérieusement d'exporter afin de surmonter les problèmes liés à la dimension réduite du marché canadien et à sa faible croissance. L'industrie se rend également compte qu'elle doit accroître ses investissements dans les technologies qui réduisent la main-d'œuvre, mettre au point des gammes de produits originales, et avoir recours à des techniques de commercialisation plus dynamiques, si elle veut que le secteur demeure viable et florissant.

La croissance de la production de vêtements au Canada dépendra de la capacité des fabricants à s'adapter au nouveau climat commercial consécutif aux actuelles négociations commerciales multilatérales et à l'ALE. On s'attend à ce qu'une concurrence additionnelle vienne des importations bon marché, à la suite de la libéralisation du régime commercial, soit l'entrée en vigueur de tarifs plus bas et l'élimination progressive des contraintes liées à l'Arrangement multifibres, peut-être en dix étapes annuelles, si les négociations multilatérales portent fruit. Dans le contexte de l'ALE, des entreprises américaines bien financées et dotées d'excellents services de commercialisation pourraient devenir des concurrents sérieux pour les fabricants canadiens. Comme l'ALE doit être mis en vigueur sur une période de neuf ans, les fabricants canadiens devraient avoir le temps de revoir leurs stratégies d'affaires. Les importations de vêtements en provenance des États-Unis ne sont pas abondantes à l'heure actuelle, mais elles pourraient s'accroître si les fabricants canadiens, particulièrement ceux qui s'adonnent à la production en grandes séries comme les chemises ou les vêtements de soutien, sont incapables de rationaliser leurs gammes de produits et d'en améliorer la commercialisation.

Même si l'imposition de quotas prévue dans l'ALE est susceptible de nuire aux exportations des nombreux confectionneurs, qui dépendent étroitement des tissus étrangers pour fabriquer des vêtements à la mode, cet accord facilite grandement, par rapport à la situation actuelle, la pénétration du marché américain par le Canada. On estime que les quotas négociés donneront aux confectionneurs l'occasion de multiplier par six le niveau des exportations actuelles aux États-Unis, sans être assujettis aux tarifs de la nation la plus favorisée (NPF). En outre, des économies d'échelle sur ce marché et le libre accès à une grande variété de tissus et de fils américains aideront les confectionneurs à réduire leurs prix de revient. Les nouvelles occasions d'exportation toucheront probablement les produits à la mode : vêtements d'extérieur de qualité, vêtements de sport pour dames, coordonnés, robes ainsi que vêtements de ville pour hommes.

Si les fabricants de vêtements améliorent leur commercialisation, et plus particulièrement s'ils restructurent leurs gammes de produits et leur capacité de production au cours des neuf prochaines années, l'ALE ne devrait pas avoir de répercussions directes et notables sur l'ensemble des expéditions et de l'emploi. Les producteurs d'articles de base pourraient voir leur part du marché diminuer comme dans le cas des jeans ou des sous-vêtements, perdre des licences pour la fabrication au Canada de vêtements dessinés aux États-Unis et les sociétés américaines installées au Canada pourraient faire face à une réduction éventuelle de leurs opérations. Mais ces pertes seraient probablement compensées par la création d'emplois attribuables aux nouveaux débouchés sur le marché américain.

La réduction multilatérale des tarifs dans le cadre de la ronde actuelle des négociations commerciales du GATT ne devrait pas accroître beaucoup les occasions d'exportation de l'industrie. Cependant, les initiatives de l'industrie en vue de s'adapter à l'ALE devraient accroître sa compétitivité sur les marchés des autres pays développés, comme ceux de la CE. L'intégration économique de l'Europe après 1992 n'aura pas beaucoup d'effet sur la compétitivité des exportations de l'industrie, car les obstacles à la pénétration des marchés de la CE sont davantage attribuables aux frais élevés de développement des marchés. Les réductions tarifaires aux termes du GATT pourraient donner lieu à des importations accrues, particulièrement en provenance des pays d'Europe occidentale. De même, la libéralisation du commerce multilatéral atténuerait les avantages liés à l'ALE pour les exportateurs canadiens qui concurrencent les pays tiers sur le marché américain, et entraînerait un accroissement des importations provenant des pays à faible prix de revient, du fait que les prix de ces derniers deviendraient encore plus concurrentiels.

Au début des années 1990, le taux de croissance annuel des expéditions intérieures de vêtements confectionnés au pays sera probablement minime; au cours de cette même période, cependant, la croissance des marchés d'exportation devrait atteindre un taux annuel moyen de 10 %, en raison de l'ALE. Les importations, d'autre part, devraient augmenter à un taux annuel moyen d'environ 7 %. La productivité devrait augmenter de 2 % par année en moyenne. À long terme, le nombre d'entreprises et d'emplois déclinera probablement, à la suite de rationalisations par anticipation et de l'augmentation des importations bon marché.

Le Canada, les États-Unis et le Mexique ont entrepris des négociations visant à en arriver à un accord de libre-échange tripartite. Pour l'industrie du vêtement, le marché mexicain ne représente pas actuellement une possibilité d'exportation particulièrement intéressante. De même, les importations de vêtements en provenance du Mexique ne sont pas très importantes présentement. Si un accord tripartite était conclu, l'industrie ne devrait pas sous-estimer le potentiel intéressant du marché mexicain, qui s'ajouterait aux occasions intéressantes d'exporter vers les États-Unis. Par ailleurs, les entreprises

canadiennes devraient s'adapter à une augmentation des importations de vêtements produits à grande échelle dans des usines mexicaines où les salaires sont peu élevés.

Évaluation de la compétitivité

Le caractère morcelé et empreint d'esprit d'entreprise de cette industrie, la nature saisonnière de ses opérations et le fait qu'une si grande proportion des vêtements écoulés sur le marché canadien soit vendue par seulement les 10 principaux détaillants, sont autant d'éléments qui ont nui au développement d'une planification commerciale stratégique, au réinvestissement des bénéfices et au positionnement stratégique sur le marché. L'entrée en vigueur de l'ALE et l'éventualité d'une libéralisation du commerce à la suite des négociations commerciales multilatérales du GATT ont fortement stimulé l'industrie à modifier son attitude et ses méthodes stratégiques.

L'industrie du vêtement concurrence déjà, de façon passablement efficace, les importations des pays industrialisés en ce qui concerne les produits de qualité moyenne à élevée. Les adaptations qu'encourageront l'ALE et la libéralisation du commerce à la suite des négociations commerciales multilatérales, ne peuvent qu'améliorer une position qui est favorable dans l'ensemble, en dépit de l'accroissement de la concurrence des confectionneurs étrangers sur le marché canadien. L'ALE facilitera également l'accès aux États-Unis et aux autres marchés étrangers; il offrira aussi aux confectionneurs canadiens l'occasion de mettre au point des structures de production et des méthodes de commercialisation qui leur permettraient d'accroître leur compétitivité.

Dans le cadre des structures actuelles des droits de douane américains, les fabricants canadiens de vêtements ont montré qu'ils sont compétitifs dans certains créneaux particuliers du marché américain. Ils devraient demeurer compétitifs avec les fabricants américains dans une vaste gamme de produits. Lorsque les réductions tarifaires prévues par l'ALE seront entièrement en vigueur, les confectionneurs canadiens auront accès aux tissus aux mêmes prix que les entreprises américaines.

Présentement, il reste qu'une grande partie de l'industrie n'est pas en mesure de concurrencer les importations bon marché sans mesures spéciales de protection. Bien que de nombreux fabricants de vêtements s'efforcent d'acquérir une technologie susceptible de réduire la main-d'œuvre, cette industrie demeure à forte intensité de personnel car certains procédés de production, comme la couture, sont très difficiles à automatiser.

La pénétration des importations et la faible croissance des marchés poussent toujours davantage les confectionneurs à rationaliser et à restructurer leurs activités. Même s'ils ont réussi dans une certaine mesure à s'adapter à la situation, ce n'est cependant pas suffisant pour compenser pleinement les avantages marqués que détiennent, quant aux frais de production, les pays à faible prix de revient. Ces efforts d'adaptation n'en contribuent pas moins à accroître le noyau d'entreprises dont on peut prévoir qu'elles se tireront bien d'affaire dans un climat de libéralisation du commerce à l'échelle mondiale.

Pour plus de renseignements sur ce dossier ou pour obtenir les études ou les rapports d'ISTC dont la liste se trouve à la page 14, s'adresser à la

Direction générale des biens de consommation
Industrie, Sciences et Technologie Canada
Objet : Habillement
235, rue Queen
OTTAWA (Ontario)
K1A OH5
Tél. : (613) 954-2891
Télécopieur : (613) 954-3107

PRINCIPALES STATISTIQUES[a]

	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
Établissements	2 056	2 102	2 193	2 254	2 316	2 152	2 554	2 425[b]
Emploi	104 554	107 393	108 197	108 270	110 477	109 004	113 039	112 940[b]
Expéditions (millions de $)	4 376,3	4 640,1	4 894,8	5 221,5	5 640,8	6 066,5	6 305,2	6 535,5[b]
Expéditions[c] (millions d'unités)	336,1	338,5	339,7	355,6	381,3	392,9	379,0	n.d.
PIB[d] (millions de $ constants de 1981)	1 845,4	1 847,5	1 989,6	2 053,5	2 148,3	2 201,5	2 130,5	2 189,9
Investissements[e] (millions de $)	23,6	32,6	41,3	36,1	44,7	60,6	55,5	66,5
Bénéfices après impôts[f] (millions de $)	70,6	139,4	148,7	157,8	175,0	199,8	n.d.	n.d.
(% du revenu)	1,7	3,1	3,0	2,9	3,0	3,2	n.d.	n.d.

[a]Pour les établissements, l'emploi et les expéditions, voir *Industries de l'habillement*, nº 34-252 au catalogue de Statistique Canada, annuel (Grand Groupe 24, industries de l'habillement, sauf la CTI 2495, Industrie des articles en fourrure).

[b]Estimations d'ISTC.

[c]Les données relatives aux quantités ne comprennent que les articles contingentés qui représentent environ 75 % de la valeur globale des expéditions de l'industrie. Les chiffres des unités ne comprennent pas les articles en fourrure.

[d]Voir *Produit intérieur brut par industrie*, nº 15-001 au catalogue de Statistique Canada, mensuel; les données comprennent les articles en fourrure.

[e]Voir *Dépenses d'immobilisations et de réparations, sous-industries manufacturières, perspective*, nº 61-214 au catalogue de Statistique Canada, annuel; les données comprennent les articles en fourrure.

[f]Voir *Statistique financière des sociétés*, nº 61-207 au catalogue de Statistique Canada, annuel; les données comprennent les articles en fourrure.

n.d. : non disponible

STATISTIQUES COMMERCIALES[a]

	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988[b]	1989[b]
Exportations (millions de $)	130,9	122,5	150,3	169,5	181,6	227,0	226,4	218,4
Expéditions intérieures (millions de $)	4 245,4	4 517,6	4 744,5	5 052,0	5 459,2	5 839,5	6 078,8	6 317,1
Importations (millions de $)	1 024,8	1 244,8	1 663,1	1 720,7	2 085,4	2 262,3	2 181,5	2 407,6
Marché canadien (millions de $)	5 270,2	5 762,4	6 407,5	6 772,7	7 544,6	8 101,8	8 260,3	8 724,7
Exportations (% des expéditions – en valeur)	3,0	2,6	3,1	3,3	3,2	3,7	3,6	3,3
Importations (% du marché canadien – en valeur)	19,5	21,6	26,0	25,4	27,6	27,9	26,4	27,6
Importations[c] (% du marché canadien – en unités)	33,0	38,0	41,0	41,0	42,0	42,0	41,0	43,0

[a]Voir *Exportations par marchandise*, nº 65-004 au catalogue de Statistique Canada, mensuel, et *Importation par marchandise*, nº 65-007 au catalogue de Statistique Canada, mensuel; les données ne comprennent pas les articles en fourrure.

[b]Il importe de noter que les données de 1988 et des années ultérieures se fondent sur le Système harmonisé de désignation et de codification des marchandises (SH). Avant 1988, les données sur les expéditions, les exportations et les importations étaient classifiées selon la Classification des produits industriels (CPI), la Classification des marchandises d'exportation (CME), et le Code de la classification canadienne pour le commerce international (CCCCI), respectivement. Bien que les données soient présentées comme une série chronologique, nous rappelons que le SH et les codes de classification précédents ne sont pas entièrement compatibles. Ainsi, les données de 1988 et des années ultérieures ne traduisent pas seulement les variations des tendances des expéditions, des importations et des exportations, mais aussi le changement de système de classification. Il est donc impossible d'évaluer avec précision la part respective de chacun de ces deux facteurs dans les totaux de 1988 et de 1989.

[c]Les données relatives aux quantités ne comprennent que les articles contingentés qui représentent environ 75 % de la valeur globale des expéditions de l'industrie. Les chiffres des unités ne comprennent pas les articles en fourrure.

PROVENANCE DES IMPORTATIONS[a] (% de la valeur totale)

	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
États-Unis	12	10	9	7	6	6	5	7
Communauté européenne	9	10	11	15	17	15	14	13
Autres pays développés	3	2	2	2	4	3	2	2
Pays à faible prix de revient	76	78	78	76	73	76	79	78

[a]Voir *Importation par marchandise*, nº 65-007 au catalogue de Statistique Canada, mensuel; les données ne comprennent pas les articles en fourrure.

DESTINATION DES EXPORTATIONS[a] (% de la valeur totale)

	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
États-Unis	61	73	79	83	85	83	83	82
Communauté européenne	17	11	6	4	4	6	7	7
Autres pays développés	17	11	7	5	8	8	7	7
Pays à faible prix de revient	5	5	8	8	3	3	3	4

[a]Voir *Exportations par marchandise*, nº 65-004 au catalogue de Statistique Canada, mensuel; les données ne comprennent pas les articles en fourrure.

RÉPARTITION RÉGIONALE[a] (moyenne de la période 1986–1988)

	Atlantique	Québec	Ontario	Prairies	Colombie-Britannique
Établissements (% du total)	1	65	25	6	3
Emploi (% du total)	1	57	31	8	3
Expéditions (% du total)	1	61	27	8	3

[a]Voir *Industries de l'habillement*, nº 34-252 au catalogue de Statistique Canada, annuel.

PRINCIPALES SOCIÉTÉS

Nom	Pays d'appartenance	Emplacement des principaux établissements
Les industries Algo Inc.	Canada	Montréal (Québec)
Canadelle Inc.	États-Unis	Montréal (Québec) Québec (Québec)
Cluett Peabody Canada Inc.	États-Unis	Kitchener (Ontario)
John Forsyth Company	Canada	Kitchener (Ontario)

(suite à la page suivante)

PRINCIPALES SOCIÉTÉS (suite)

Nom	Pays d'appartenance	Emplacement des principaux établissements
Levi Strauss & Co. (Canada) Inc.	États-Unis	Edmonton (Alberta) Brantford (Ontario) Cornwall (Ontario) Stoney Creek (Ontario) Rexdale (Ontario)
Mr. Jax Fashions Inc.	Canada	Vancouver (Colombie-Britannique) Winnipeg (Manitoba)
Nygard International Ltd.	Canada	Winnipeg (Manitoba)
Vêtements Peerless Clothing Inc.	Canada	Montréal (Québec)
Stanfields Limited	Canada	Truro (Nouvelle-Écosse)

ASSOCIATIONS DE L'INDUSTRIE

Nom	Emplacement
Alberta Apparel Manufacturers Institute	Edmonton (Alberta)
Apparel Manufacturers Association of Ontario	Don Mills (Ontario)
Institut des manufacturiers du vêtement du Québec	Montréal (Québec)
British Columbia Apparel Manufacturers Association	Vancouver (Colombie-Britannique)
Institut canadien des manufacturiers du vêtement	Ottawa (Ontario)
Canadian Shirts Manufacturers Association	Toronto (Ontario)
Association des manufacturiers de mode enfantine	Montréal (Québec)
Association des manufacturiers de lingerie et de robes d'intérieur du Canada Inc.	Montréal (Québec)
Manitoba Fashion Institute	Winnipeg (Manitoba)
Association des manufacturiers de vêtements pour hommes Inc.	Montréal (Québec)
Men's Clothing Manufacturers Association of Ontario	Don Mills (Ontario)
Guilde des manufacturiers de vêtements de mode du Québec	Montréal (Québec)
Association des manufacturiers de tricot du Québec	Montréal (Québec)

INITIATIVES ET ÉTUDES SECTORIELLES

Les publications suivantes sont disponibles à Industrie, Sciences et Technologie Canada (voir l'adresse à la page 10).

L'industrie du vêtement aux États-Unis
Cette étude présente une comparaison des principales caractéristiques de l'industrie du vêtement aux États-Unis.

Commerce de détail des vêtements aux États-Unis
La Division du vêtement et de la chaussure d'ISTC a commandé à un consultant une étude sur la complexité de la vente au détail de vêtements aux États-Unis, afin d'inciter les confectionneurs à exporter davantage en ce pays.

Rapport de situation - Secteur lingerie et vêtement de détente
Cette étude décrit les principales caractéristiques du secteur, et évalue ses forces et ses faiblesses.

Rapport sur l'exposition internationale japonaise des machines de confection
Le rapport, rédigé par un consultant, décrit les principales innovations technologiques réalisées dans le monde dans le secteur du vêtement.

Étude sur la fabrication des tricots au Canada
L'étude donne un aperçu du secteur des tricots. Elle montre comment les entreprises s'adaptent aux importations bon marché ainsi qu'à l'ALE, et décrit leur réaction devant les innovations technologiques.

Les initiatives suivantes sont soutenues par Industrie, Sciences et Technologie Canada.

Campagne sectorielle vêtement mode
Pour inciter un plus grand nombre de confectionneurs à adopter une vision globale du marché et à améliorer l'attrait de leurs produits de même que leurs techniques de commercialisation et leurs pratiques commerciales, la Division du vêtement d'ISTC a récemment entrepris une campagne sur le secteur du vêtement de mode. Cette initiative vise à accroître la compétitivité de l'industrie en l'incitant à améliorer sa compétence en matière de mode et ses pratiques de gestion, de commercialisation et de technologie, et à établir des relations de travail avec les couturiers et l'industrie du textile. Dans cette perspective, on a demandé à l'industrie de suggérer des moyens d'aborder ces questions. On voudrait mettre l'accent sur les domaines où l'industrie pourrait modifier sa stratégie afin d'accroître sa compétitivité. La compétence dans les domaines de l'administration et de la technique, ainsi que le développement du marché et de l'image de marque sont envisagés comme autant de moyens de resserrer les liens entre les industries du textile et du vêtement, de même qu'entre couturiers et confectionneurs. Si l'industrie ou ses membres devaient s'engager dans ces différentes directions, le gouvernement les encouragera et les appuiera.

Étude sur la technologie
La Division du vêtement et de la chaussure d'ISTC est sur le point de commander une étude visant à comparer le comportement du Canada dans l'adoption de technologies nouvelles avec celui de secteurs industriels de dimension comparable aux États-Unis et dans la Communauté européenne.

Imprimé sur du papier contenant des fibres recyclées.